

# Stručná historie módy 20. století

Klára Wantulová

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Klára Wantulová  
Osobní číslo: K12022  
Studijní program: B8206 Výtvarná umění  
Studijní obor: Multimédia a design – Grafický design  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Módní magazín

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 7/2014) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část:

stručná historie módy 20. století.

2. Praktická část:

grafické zpracování módního magazínu.

Dále na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce v minimálním počtu 10 kusů pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování  
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:

**doporučené zdroje:**

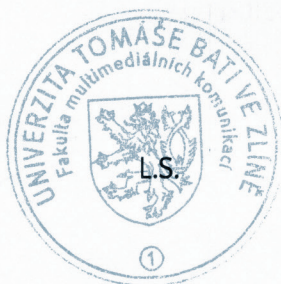
**veškeré knihovnické a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.**

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Jana Dosoudilová**  
Ateliér Grafický design  
Datum zadání bakalářské práce: **3. listopadu 2014**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2015**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2014

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

*děkanka*



dr. ak. soch. Rostislav Illík  
*vedoucí ateliéru*

# PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně .....12. 12. 2014.....

Klára Wantulová

  
.....  
Jméno, příjmení, podpis

*1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:*

*(1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.*

*(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

*(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.*

*2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:*

*(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).*

*3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:*

*(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.*

*(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*

*(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce má za úkol zmapovat a popsat vývoj módy a především nastítnit tvorbu významných módních designérů během 20. století. Poměrně velkou část věnuji některým z nejznámějších módních návrhářů 20. století. Druhá část práce je věnována výtvarným editorům, o kterých pojednávám z hlediska nedocenitelnosti jejich grafické úpravy módních časopisů. Praktická část popisuje zejména postup při tvorbě pánského módního magazínu.

Klíčová slova: móda, módní návrhář, Haute couture, konfekce, Prêt-à-porter, couturier, výtvarný editor

## **ABSTRACT**

My bachelor thesis is aimed at mapping out and describing fashion development and especially take into account work of significant fashion designers of 20th century. A relatively large part is dedicated to some of the most famous fashion designers of 20th century. The second part is dedicated to contemporary visual editors who i deal with in terms of the uniqueness of their graphic design of fashion magazines. The practical part mainly describes the procedure of creating men's fashion magazine.

Key words: fashion, fashion designer, Haute couture, confection, Prêt-à-porter, couturier, art director

Ráda bych zde poděkovala především paní MgA. Janě Dosoudilové za její odborné vedení a četné rady, kterých si velmi cenním.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1. STRUČNÁ HISTORIE MÓDY 20. STOLETÍ</b> .....	<b>11</b>
<b>2. ZLATÁ LÉTA</b> .....	<b>13</b>
2.1 PAUL POIRET .....	14
2.2 MARIANO FORTUNY .....	15
<b>3. 1. SVĚTOVÁ VÁLKA</b> .....	<b>16</b>
<b>4. MEZIVÁLEČNÉ OBDOBÍ</b> .....	<b>16</b>
4.1 MADELEINE VIONNET .....	17
4.2 GABRIELLE CHANEL .....	18
4.3 JEAN LANVIN .....	19
<b>5. 2. SVĚTOVÁ VÁLKA</b> .....	<b>20</b>
<b>6. 50. LÉTA</b> .....	<b>21</b>
6.1 JACQUES FATH .....	22
6.2 CHARLES JAMES .....	22
6.3 CHRISTOBAL BALENCIAGA .....	23
6.4 CHRISTIAN DIOR .....	24
6.5 HUBERT DE GIVENCHY .....	26
6.6 PIERRE CARDIN .....	26
<b>7. 60. LÉTA</b> .....	<b>27</b>
7.1 YVES SAINT LAURENT .....	29
7.2 ANDRÉ COURREGES .....	30
7.3 KARL LAGERFELD .....	31
<b>8. 70. LÉTA</b> .....	<b>32</b>
8.1 THIERRY MUGLER .....	33
8.2 SONIA RYKIEL .....	34
8.3 JEAN-CHARLES DE CASTELBAJAC .....	35
8.4 JEAN-PAUL GAUTIER .....	35
8.5 ISSEY MIYAKE .....	35
<b>9. 80. LÉTA</b> .....	<b>36</b>
9.1 AZZEDINE ALAIA .....	37
9.2 GEORGIO ARMANI .....	38
9.3 CHRISTIAN LACROIX .....	38

<b>10. 90. LÉTA .....</b>	<b>39</b>
10.1. YOHJI YAMAMOTO.....	39
10.2. REI KAWAKUBO .....	40
<b>11. VÝTVARNÍ EDITOŘI .....</b>	<b>41</b>
11.1. ERTÉ.....	42
11.2. ALEXEY BRODOVITCH .....	42
11.3. M. F. AGHA.....	43
11.4. PAUL RAND .....	44
11.5. ALEXANDER LIBERMAN .....	45
11.6. CIPE PINELES.....	46
11.7. HENRY WOLF.....	47
11.8. BRADLEY THOMPSON.....	48
11.9. WILLY FLECKHAUS.....	49
<b>II. PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>50</b>
<b>12. MÓDNÍ MAGAZÍN .....</b>	<b>51</b>
12.1. ROCKING HORSE .....	51
12.2. VZNIK MAGAZÍNU .....	52
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>57</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>58</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>	<b>60</b>



## ÚVOD

V dnešních dnech hovoříme o módě jako o způsobu našeho vyjádření, odráží náš životní styl, je naší neodmyslitelnou součástí a šaty, které přestáváme nosit, přestávají žít. Oděv nás nejen činí krásnými, ale mnohdy nám poskytuje jistou dávku důvěry, která se odráží v naší lásce ke krásným věcem. Je to způsob jak vyjádřit kdo jsme a první dojem je často rozhodující. Móda je nikdy nekončící příběh, který za sebou zanechává výraznou stopu.

Samotné dílo je mnohdy výtvozem zajisté unikátním, avšak nové šaty jsou vždy neodolatelnější, než ty včerejší. Čas je neúprosný vládce a tak jsme stále častěji svědky rychlé proměny, která tento svět pohání kupředu. Svět módy má tvrdé lokty a téměř vždy nabízí jistý pohled do budoucnosti. Stále však musíme mít na paměti, že móda není umělecký artefakt, který je vystaven v galerii, móda se především musí prodávat.

Cílem mé bakalářské práce bylo tedy nahlédnout do světa módní tvorby a především čtenáři představit ty nejvýznamnější osobnosti módního designu v průběhu celého 20. století. Upozornit na významné mezníky v dějinách módy. Dále se v práci také zabývám významnými výtvarnými editory a jejich významnou prací pro přední módní magazíny, jejíž vrchol je datován v průběhu 20. století.

Praktická práce pak dala vzniknout módnímu magazínu, který je cílený především pánskému publiku. Znamenal pro mě jak velkou výzvu, tak skvělou příležitost si projít celou cestou vzniku módního magazínu od samého začátku do konce.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1. STRUČNÁ HISTORIE MÓDY 20. STOLETÍ

Paříž, město, které svým nezkrotným uměleckým duchem stvořilo módu, tak jak ji známe dnes, mělo obrovský tvůrčí vliv již na počátku 20. století. V prvních letech došlo v módním průmyslu ke striktnímu rozdělení tvorby na dva hlavní proudy. Na straně jedné, zastává pevné postavení svět haute couture a na straně druhé stojí svět konfekční módy. Haute couture je svět té nejlepší krejčoviny a produktů šitých na míru z těch nejlepším materiálů. Tvorba je určena pouze elitě, kde ručně zhotovený oděv má zajisté nárok na to, být srovnáván s uměním. Vše nabývá na síle, při pomyslení, že postavení švadlen a krejčích v první polovině devatenáctého století bylo ve společnosti velmi špatné a jejich vliv na soudobou módu prakticky nulový.

Samostatně rozehraná partie haute couture, vytváří naprosto jedinečné modely pro salóny, když se na straně druhé, v 60. letech, objevuje konfekce, podléhající sériové výrobě. V prvním případě vývoj módy vychází z jasně stanovených pravidel. Jejich zakladatel, Angličan Charles Frederick Worth dokázal mnohé, když jako velice úspěšný obchodník s látkami vytvářel ojedinělé róby pro své příbuzenstvo.

Worth, jehož umění spočívalo ve spojení anglické techniky střihu s francouzskou okázalostí, dal vzniknout slovu couturier. Jejíž představitelé zastávali pravidla toho nevyššího krejčířského umění. Před nimi existovaly pouze švadleny, a pokud se hodlaly odlišit od masy ostatních řemeslníků, couturier museli skloubit dohromady hned několik pozic. Byli především umělci, techničtí konstruktéři, tvůrci a režiséři. Sám Worth své jednotlivé kusy oděvu podepisoval jako umělecká díla a dvakrát do roka vytvářel kolekce, tedy celkový look sezóny. Položil tak pevné základy pro podporu prodeje, ze kterých vycházejí módní designéři dodnes.

*„Worthův odkaz současnému průmyslu haute couture je obrovský. V roce 1868 založil asociaci krejčovského umění, která se zabývá regulací a ochranou práce pařížských krejčích. Asociaci ještě upevnil jeho syn Gaston, z které se posléze vyvinula La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, která toto odvětví řídí dodnes. Pařížská haute couture nyní sídlí v okolí Rue de la Paix, místa Worthova původního podniku.“ [1]*

Utváření druhé, moderní části příběhu odívání, se dostane prostoru až na začátku 60. let. Takzvaná roztančená léta odrážela rychlý vývoj životního stylu. Mladí odmítali tradiční hodnoty a prahli po všech vymoženostech konzumní společnosti. Tradiční rozdíl mezi vyšší a pracující společností začaly být méně výrazné. Bouřící se společnost mladých protestovala

proti rodičovské i státní autoritě, což bylo jejich hlavním pojátkem, ať už smýšleli politicky, nebo snili o lepším zítřku, svobodě a věčném míru.

Na míru zhotovená, precizní ruční práce haute coutier byla kvůli výraznému zvýšení nákladů odstrčena do pozadí. Za to nové technologie zprostředkovávaly vznik stále kvalitnějších, sériových produktů. Nedílnou součástí trhu se stává i termín Prêt-à-porter, který zahrnuje produkty prodávané ve standardních konfekčních velikostech, určené pro masový trh. Tyto produkty vznikají již na počátku druhé poloviny 20. století. Tento model si osvojily veškeré módní domy, snažíc se bojovat o své místo v konkurenčním světě módy, který je stále více ohrožen konfekční výrobou. Prêt-à-porter dále přichází s rychle rostoucím tempem jednotlivých kolekcí, které mají předem stanovený cíl, odhadnout přání svých zákazníků. Mnohdy až o rok dopředu. Velký vliv zde má i síla ulice. Díky čemuž Prêt-à-porter revolučně mění zajetý koloběh, který určoval dosavadní vzhled. Oblékání se zde již nedělí podle společenské hierarchie, ale začíná ukazovat svou nespoutanou stránku. Nesmíme však úplně opomenout haute couture která má nadále značné místo na trhu, a to předem díky zmiňované Prêt-à-porter.

Produkce pro pracující lid, během následujících let stále inovuje a rozšiřuje svou nabídku. Velká většina módních tvůrců zakládá oddělení butiků. Kde pod vlastní značkou nabízí produkty jedinečné, ale i široce dostupné. Významný mezník v dosavadním světě módy píší i skupiny takzvaných mladých tvůrců, kdy zákazník již nekupuje konkrétní značku, ale výtvoř přímo od konkrétního návrháře.

Módní magazíny a tisk zaznamenávají veškeré významné počiny na poli módy již od svých začátků. Ačkoli valnou část módy vytvářejí výhradně muži, jsou to právě ženy, které nad nimi mají značný dohled. Maitereses, neboli módní novinářky, jejichž vytříbený vkus hraje hlavní roli i v dnešních dnech, mohly daného tvůrce vynést do nebes, stejně jako jej ošklivě poškodit.

Většina módních tvůrců začíná své vzniklé kolekce pravidelně archivovat, a to především po vzoru Yves Saint Laurenta, který zapříčinil vznik skutečné kultury umění, spojeného s módou a textilem. Musíme však rozlišovat mezi značně luxusními značkami (Prada, Louis Vuitton, Gucci...), které jsou jednak nadčasové a jejich vývoj není tak zatížený rychle se měnící dobou. Právě s věkem získávají na síle a stávají se nadčasovými, hlavně díky jejich dlouhodobé tradici a odpovědnosti daného salónu. Dále pak značky, vyvíjející se především v 80. letech, jejíž produkce je zajiště kvalitní a nabízející jistou koncepci módy. Tyto značky se zabývají pečlivých průzkumem trhu a jejich kolekce jsou distribuovány ve velkém.

V 90. letech je na poli mezinárodního obchodu s módou v popředí účinná síť butiků. Velkým rizikem je zde však omezení individuálního přání zákazníka. Vzniká ale i mnoho jiných nezávislých podniků, které svou osobitou a mnohdy ručně zhotovenou tvorbou uspokojují potřeby nových spotřebitelů. Společně bojují o obnovení, již poněkud zaprášené a stárnoucí haute coutier. I dnes, v posledních 20 letech, se stále vyskytují mladí módní tvůrci, kteří se zabývají Prêt-à-porter a šijí modely zhotovené na míru.

## 2. ZLATÁ LÉRA (1900-1914)

V prvních čtrnácti letech 20. století byla móda především doménou šlechty. Stejně jako veškerá užitá umění přetrvala z 19. století v rukou Paříže. Města silně prosperujícího, nezávislého, naprosto pohlceného průmyslem. Paříž zažívá nejlepší časy ve své historii. Využívá především pečlivě střežených poznatků získaných v průběhu let. Umění odívání, šperkařství a výroba látek, to vše má nedocenitelnou cenu. Společnost pevně věří ve svou stabilitu.

V roce 1909 v Paříži poprvé hostuje Ruský balet v čele s Sergejem Ďagivem. Inscenace Šeherezády výrazně zasáhla umění, módu a vkus celého desetiletí. Nezkrotná paleta barev, make-upu, pohybu, dekorací a uhrančivých kostýmů ruského baletu naprosto Paříž fascinovala.

*„Ke kolosálnímu úspěchu Ruského baletu přispěla samozřejmě i inovativní hudba, a především tanečníci jako Anna Pavlová a Václav Nižinskij. Ale bylo to ono exoticky barokizující celkové umělecké dílo, které okouzilo evropskou elitu a vedlo k tomu, že se elegantní svět otevřel krásnému umění. Především ženy se nakazily orientální horečkou. Jako by bývalo bylo zapotřebí jediné barevné jiskry, aby se po korzetu osvobodily i od svazujících konvencí. Totální sejmutí pout přerostlo v opulenci a luxus. Sotva řekla móda adieu stylu Belle Epoque a propagovala novou jednoduchost, začala nyní svádět k cizorodému přepychu.“ [2]*

Nová móda byla oblíbená převážně v uměleckých kruzích. Jistá uvolněnost a výrazné líčení znemožňovalo rozpoznat hranice mezi taneční hvězdou a dámou. Na obzoru byla také móda vznikající takřka pod širým nebem, a to móda inspirovaná zápalem pro sportovní aktivity. Hrát tenis, nebo golf bylo v úzké sukni, střižené po kotníky, zcela nemožné. Co teprve jízda na koni. A tak roku 1913 Gabrielle Chanel představuje své sportovní úbory z žerzeje, materiálu používaného pouze na výrobu pánského spodního prádla. Ženy se tak mohly cítit pohodlně i při svých sportovních aktivitách a být stále obklopeny krásou oděvu.

Avšak prudký náraz v podobě 1. světové války zpozdil vývoj moderního umění o celé desetiletí.

Vyšší společnost doposud prožívající zlatá léta si vychutnávala nadané umělce, kteří zaplavovali město a dodávali mu nádech naprosté jedinečnosti. Věhlas haute couture udává Paříži směr a jasně definuje dobu. Odívání žen i mužů, jež v základu stále vychází s podoby zhotovené v 18. století, zažívá změny jen v opravdu malém měřítku. Vše nabírá na obrátkách s příchodem válečných let, kdy nastává rozpad dosavadních hodnot a Paul Poiret svým nástupem výrazně mění dosavadní siluetu ženy.

## 2.1 Paul Poiret

Je pokládán za osvoboditele žen, nekonečného vizionáře, snílka a především mnohostranného umělce. Nejlepšimu krejčířskému umění se tento Pařížan učil od samotného Wortha v jeho předním salónu. Ve svých pětadvaceti letech, roku 1904, se za finanční podpory své matky osamostatňuje a zakládá vlastní podnik, který zbouřil hranice minulé módy.



Obr. 1. Paul Poiret, plášť, Paříž 1919



Obr. 2. Paul Poiret, večerní šaty, Paříž 1923

Poiret si zakládal na prvním dojmu a ženám dodal odvahy vyprostit se z tolik svazujících korzetů. Toto rozhodnutí mu velmi rychle získalo věhlas společnosti, která nešetřila superlativy na jeho osobu. Inspiraci mu značně nabídlo kouzlo Orientu. Nabírané kalhoty, pestrou barevnost a turbany neprodleně nabízel svým zákaznicím. V roce 1911 vydává svůj první parfém zvaný Rosine, k němuž navrhuje nejen flakón, ale i obal, reklamu a dále se zabývá i jeho distribucí.

Jeho žena mu byla zajisté velkým inspiračním zdrojem. Tehdejší nejelegantnější žena Paříže, svou jednoduchostí, přiléhavými šaty Poiretova střihu a přirozeným vzhledem okouzila mnoho

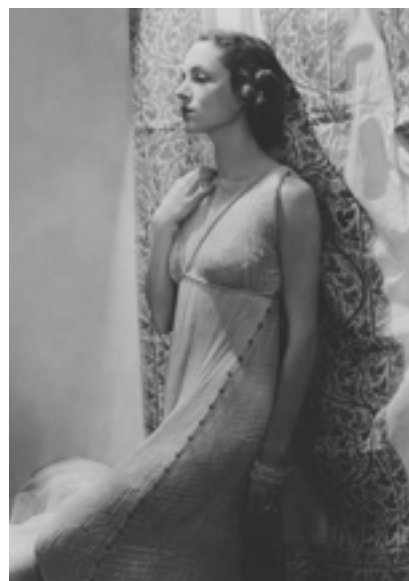
dam, prahnoucích po novodobých a osvobozujících oděvech. Po velké válce však Poiret pocítoval hlubokou osamělost, stále však tvořil. I přes pochmurný odér doby zhotovil své nejkrásnější šaty. Vytvořil model pouzdrových šatů. Obchody však nešly jako dříve. V pozdější době svého života, již jako chudý a téměř zapomenutý, propadá své největší lásce, malířství.

## 2.2 Mariano Fortuny

Jedinečnost, umělecký zájem a temperament, dovedly tohoto španělského umělce až do Benátek, kde se ve svých osmnácti letech usadil a naplno věnoval svým tvůrčím představám. Svůj talent však nerozvedl pouze v módním odvětví, ale také v sochařství, malířství a fotografii. Je tvůrcem principu scénického osvětlení, kterým značně předznamenal dnešní znaky osvětlování ve fotografických ateliérech. Mimo jiné byl fascinován barvami. Ustavičně pracoval s jejich novými technikami tisku. Značně přispěl do světa odívání takzvanou delfiní róbou, pojmenovanou Delphos. Šaty z plizového hedvábí nepřestávají mnohé inspirovat dodnes.



Obr. 3. Mariano Fortuny, Šaty Delphos, 1910



Obr. 4. Mariano Fortuny, Delfiní róba, 1935

*„Model Mariana Fortunyho z roku 1907 nevyjde nikdy z módy, protože nikdy nebyl módou. Znalci ho okamžitě rozpoznali jako umělecké dílo: konečně šaty, které nic neukazují a nic neschovávají. Podobně jako starořecké chitinové oděvy splývaly z ramen bez tvarujících švů, vycpávek a nařasení až na zem. Ženám, které nepotřebovaly korzet, poskytovaly volnost pohybu, kterou hledaly.“ [3]*

### 3. 1. SVĚTOVÁ VÁLKA (1914-1918)

První světová válka, stejně jako v budoucnu mnoho dalších válečných konfliktů, představovala výraznou změnu zavedených zvyklostí. Právě vojenské účely nadobro změnily jak styl oblékání, které podléhalo momentálním potřebám, tak morální smýšlení téže doby. Válka přinutila ženy obléknout pracovní oděvy. Muži působící na frontě nyní postavili ženy do naprosto nové pozice. Ženy pracující na stavbách, v dopravě, nebo při výrobě muničních zásob nebyly nikterak výjimkou. Musejí si zvyknout nosit uniformy i v předních liniích, ne vždy však jako zdravotní sestry. Dále pak se stálým nárůstem válečných obětí, oblékaly smuteční šaty.

*„S tímto obrazem před očima se ovdovělé dámy snažily během války dostát vysokým nárokům na smuteční oblečení: vždy zapnuté až ke krku, vždy černé, vždy volné, s širokými sukněmi a s klobouky, které byly často ukončeny smutečním závojem.“ [4]*

Šaty se stále více zjednodušovaly a to především díky zavedeným uniformám, jež byly jednak praktické, ale i tak v nich ženy dokázaly působit velmi solidně. Módní oblečení již nebylo tak kvalitní a v ulicích, ne tak často k vidění. Velké množství haute couture salónů během války značně omezilo svou činnost, nebo ji úplně zrušilo, jako v případě Poireta. Avšak žerzejové, nikterak zdobené kostýmy Gabrielle Chanel naprosto očarovaly svou dobu.

### 4. MEZIVÁLEČNÉ OBDOBÍ (1920-1940)

Po válce dochází k velkým revolučním změnám, které započaly již před rokem 1914. Změnila se dosavadní morálka i způsob odívání. Automobily odsunují kočáry do ústraní, gramofon, telefon, stroje pro domácnost, to vše znamenalo lepší budoucnost. Ženy jsou si již vědomy výhod vyšších pracovních pozic, které jim byly přiděleny během války. Dobře placené a především uznávané povolání nechtěly měnit za domácí práce.

*„Ženy si ostříhaly vlasy nakrátko, hraje se černošská hudba, provozuje se ruský balet, maluje se abstraktně, chodí se na psychoanalýzu. Jako by si Paříž přisvojila právo na střestěný život a všem, kdo se v něm touží ztratit, nabídla hned několik tváří najednou: Montmarte, kde lidé křepčí za zvuků saxofonů, Montmantru (Picasso, Derain, Matisse a další, si svůj generální štáb zřídili ve zdejších kavárnách Le Dome a La Rotonde), Champs-Élysées, kde se blažený návštěvník nechává unášet čarovným pohybem vypracovaných, odhalených dívčích nohou.“ [5]*



Módní návrháři hledají své nové zákazníky. Buržoazie je opomenuta a haute couture získává novou klientelu v podobě amerických zbohatlíků, filmových hvězd a velkých průmyslníků. Tato společnost si prosadila módu, která by jasně definovala rytmus stále se zrychlující doby.

Užívat si života teď a tady znamenalo podporovat avantgardní módu. Pablo Picasso, Jean Cocteau, tehdy ještě mladičký Christian Dior, Hemingway, Jesephine Baker, ti všichni a mnoho dalších se scházeli v nejslavnějším poválečném baru jménem Vůl na střeše (Le Boeuf sur le toit), který sehrál výraznou roli ve výchově tehdejších mládenců.

Těla žen se měnila. Diety, sport a to, co bylo předmětem včerejška, stejně jako nezaměstnanost, hlad a politická nestálost, to vše bylo odsunuto do zapomnění. Poprvé se v historii odívání objevují krátké večerní šaty. Nejlépe z průsvitných látek, ozdobeny perlami, třásněmi, že jejich váha neznamena téměř nic. Kabát naopak splňoval jistý ochranný oblek, celý zhotovený nejlépe z kožešiny.

Všechny dosavadní plány však přerušila v roce 1929 krize na newyorské burze, která dostihla Evropu a vydala ji na pospas nezaměstnanosti. Schopné Pařížanky si však šijí toalety samy, díky jejich schopnostem, móda opět oceňuje ženskou postavu. Stále štíhlá a sportovní postava okouzluje dlouhými vlasy a zdůrazněným poprsím. V období krize nemají výstřelky své místo. Móda nabízí sportovní oblečení, kalhoty, plavky a svetry. Návrhářské odvětví v meziválečné období vyzdvihlo dvě naprosto rozdílné ženy, Madeleine Vionnet a Coco Chanel. Jedna posouvá hranice výroby, druhá spojuje mužský a ženský princip ve snaze prodávat životní styl.

#### **4.1 Madeleine Vionnet**

Umělkyně šikmého střihu, Madeleine Vionnet dnes zajisté patří mezi nevýznamnější tvůrce haute couture. Její splývavé šaty z marockého krepu, saténu, hedvábí a mušelínu bez zbytečných záhybů, jakoby připomínaly řecké řasení. Její nadčasová díla vzniklá experimentováním se střihem a geometrií, doposud nebyla překonána. Sama však vydala velké úsilí na cestě k té nejlepší krejčovně. Pocházela z velmi chudých poměrů a již ve dvanácti letech se vyučila krejčovskému řemeslu.

Své modely, umožňující volnost pohybu, nejprve konstruovala na velkých pannách. Teprve konečný výsledek nechala zvětšit a ušít z těch nejlepších materiálů. Střih jejich modelů byl mnohdy natolik nezvyklý, že i sama autorka musela svým zákaznicím vysvětlovat jak šaty

vlastně obléct. Modely byly téměř vždy pouze v bílých odstínech spolu s dekorativními uzly a výšivkami. Sama autorka si byla vědoma dokonalosti svých modelů a patřičně je bránila před kopírováním tím, že vytvářela Copyright alba, kde každý model zdokumentovala. Díky čemuž měla do roku 1939, kdy je salon z důvodů začátku války uzavřen, zajištěnou prestižní klientelu.



Obr. 5. Madeleine Vionnet, krepové šaty, 1931



Obr. 6. Madeleine Vionnet, letní kolekce, 1935

## 4.2 Gabrielle Chanel

*„Nikdo neměl lepší smysl pro luxus než Coco Chanel. Měla v sobě ducha 20. století. Rozuměla jakým životem se ženy ubírají, že mohou jezdit metrem a procházet se deštěm. Byla precizní a energická.“*[6]

Gabrielle Chanel, nejvlivnější tvůrkyně všech dob, která vyprostila ženy ze závislosti na mužích. Svým zákaznicím nenabízela pouze kvalitní a pohodlné šaty, ale i životní styl. Stvořila oblečení, ve kterém se člověk může cítit pohyblivě a mocně, ve kterém může objevovat svět. A jsou to především muži, kterým se toužila vyrovnat. Právě z jejich šatníků si vypůjčila prvky jako žerzej a tvíd, které později definovaly její podobu Chanel-looku.

Velký vliv na ni zajisté měla výchova v sirotčinci a později v internátní škole. Tato zařízení utvářela charakter po celý její život. Její strádání později podnítilo touhu po lesku a pohodlí. Velkou roli v jejím životě sehrávali milenci, kteří ji po finanční stránce umožnili rozvíjet její talent. Mužskými prvky se především inspirovala na venkovském sídle nedaleko Paříže.

Právě zde, u dědice textilní továrny Etienna Balsana se usídlila a vytvářela své prosté slaměné klobouky. Balsan jí též přenechal svůj pařížský apartmán, který využívala jako svůj ateliér pro výrobu modelovaných klobouků.

Módní butiky ji pak pomohl vybudovat Arthur Capel, láska jejího života. Nabízela zde rovné sukňe končící nad kotníky, tuniky, flanelové blejzry a první kostýmy. Spolu s otevřením salónu v roce 1921 v ulici Chambon uvedla na trh svůj první parfém Chanel N°5. Nezaměnitelný tvar flakónu značně přispěl k jeho slávě a nesmrtelnosti.



Obr. 7. Gabrielle Chanel, šaty ze zlaté krajky, 1937



Obr. 8. Gabrielle Chanel, 1962

Ve třicátých letech však hospodářská krize výrazně zredukovala její dosavadní příjmy. Na blízku byla také 2. světová válka, a tak je Gabrielle Chanel v roce 1939, po vpádu Hitlera do Polska nucena zavřít svůj salón a propustit všechny své zaměstnankyně. V prodeji zůstává pouze Chanel N° 5. Rozhodne se pro exil ve Švýcarsku a sleduje svět módy, který je opět ovládán muži. Šaty neumožňují dostatečně pohodlnou chůzi, důraz je kladen na útlý pas a nabíranou sukni. V roce 1954 je však pevně rozhodnuta pro svůj comeback. V témže roce představuje novou kolekci pořádanou ve starém salonu v Rue Cambon, která končí fiaskem. O dva roky později již vítězí ze svým dámským kostýmem, zlatými dekoracemi a kabelkou s řetízkiem přes rameno.

### 4.3 Jeanne Lanvin

Tato odhodlaná Pařížanka, která vyznávala klasickou eleganci, vstupuje do světa té nejlepší

krejčoviny až díky narození její první a jediné dcery. Jeanne Lanvin, původně kloboučnice, vytvářela velmi originální oblečení pro svou holčičku, což neuniklo oku jejím bohatým zákaznicím. Lanvin tak začíná vytvářet velmi jedinečné, nikoli však výstřední modely. Vše v jemných květinových odstínech.



Obr. 9. Jeanne Lanvin, 1932



Obr. 10. Jeanne Lanvin, parfém zvaný Arpège

Její salón se patřičně rozrůstá a nezůstává pouze u šatů zhotovených na míru. Produkuje též sportovní oblečení, spodní prádlo, dekorační předměty a později i pánskou módu. Jedná se již o nastínění prodeje celkového životního stylu. Patřičnou pozornost si též žádá první parfém značky, který dobyl západní trh. Design flakónu jejího druhého parfému jménem Arpège, pojmenován po její dceři krásně zobrazuje dítě držící svou matku na ruku. Jejich vztah byl celý život hluboce propojený a sama Jeanne ve své dceři viděla svou největší inspiraci.

## 5. 2. SVĚTOVÁ VÁLKA (1939-1945)

Francouzská móda a haute couture, i přes válečné aktivity rozvíjí svou dosavadní tvorbu. Velmi malé množství materiálu a omezená nařízení nebrání módním tvůrcům k vytvoření silných a extravagantních kolekcí. Pařížanka tedy stále zastává post nejlépe oblékané ženy. Tam kde manželky okupantů vypadají jako bledé sněhule, Pařížanky provokují červenými rty a barevnými šaty. Stále zde přetrvává jistá strojenost a chybí zde určitý nadhled a lehkost. Již začátkem války je značná část salónů donucena ukončit svou činnost. Snaha Německa přivlastnit si techniku haute couture stále zesiluje, dokonce přebírá polovinu francouzské výroby. Návrhářům je navrženo přesunutí salónů do Berlína a Vídně, které jsou však módě daleko vzdálené. Velkou

zásluhu za zachování haute couture nese Lucien Lelong, módní tvůrce, ale především skvělý obchodník, který jel do Berlína uchránit tradici své země. Přesvědčil Němce k jejich vlastní iniciativě se v módě prosadit. Paříži tak zůstává její jedinečnost, zatímco v jiných zemích vládnu pochmurné časy. Pařížská móda však přežila. Zúžila počet svých modelů, přešivala staré a pravé hedvábí vyměnila za umělé. Haute couture tak duchaplně využila své veškeré schopnosti a potenciál. Klientelu zajišťovaly bohaté Pařížanky, stejně jako ženy nacistických hodnostářů, stály nejen ve frontě na Chanel 5. Na trhu vznikají dokonce i nové salóny, snažíc se ukázat svůj potenciál s barevnou paletou.

Ve Velké Británii královna volila na místo svých oblíbených pastelových barev tmavší odstíny. Její přední návrhář měl za cíl, aby oděvy působily úsporných dojmem. Na ženy doby jsou opět kladeny velké nároky. Již na konci 1. světové války se nehodlaly smířit s malými rolemi. Byly součástí aktivní vojenské služby a jejich ochota pomáhat i mimo rodinný kruh byla nedocenitelná. Pracovní oděvy byly poněkud striktní, změně se jim dostalo opravdu po málu. Sukně se staly kratší a kabáty užší. To vše ve jménu úspory materiálu. A tak byly ženy zase jednou odsouzeny si ušít a vyrobit mnohé samy. Od korkových bot, až po kabelky z odpadového materiálu. Tento malý a omezený výběr přispěl k docenění materiálů, jako jsou len a bavlna.

## **6. 50. LÉTA (1950-1959)**

Padesátá léta byla pro módu velkým mezníkem. Pro haute couture znamenala poslední desetiletí své slávy, která měla na chvíli ulehnout, ne však do naprostého zapomnění. Lid po válce očekával lepší budoucnost, už nestál o stálé odříkání. Ženy stále více a více toužily po přepychových materiálech oslavujících jejich ženské křivky. Pro mnohé bylo ovšem nepatřičné zhotovit šaty v astronomické ceně, když mnoho rodin stále nemělo čím nakrmit své potomky. Snad, že po letech střádání chtěly být ženy opět rozmazlovány. Vždyť nikdy neobývalo Paříž tolik exkluzivních módních tvůrců. Jejich přepychové modely ovlivňovaly módu na celém světě. Jedná se o dobu, kdy Christian Dior se svým New Lookem naplno ovlivnil i mnohé jiné umělecké sféry. Doba si žádala razantní změny. Mnozí zatoužili po letech minulých, brát si příklad z let 30. by však nepřineslo žádný pokrok.

Velký podíl na zlepšování situace měl pokrok ve výrobě. Vznikají i mnohé nové materiály, které mají za cíl usnadnit práci v domácnostech. Umělá vlákna a konfekční výroba zhmotnila vize širších vrstev napodobovat styl zbohatlíků. Rozvoj médií a lepší kvalita bydlení, měli za cíl co nejrychleji dohnat ztracená léta. Amerika, původ konzumní společnosti, ukazovala cestu

rychle se přizpůsobující Evropě. Časopis Elle ženy poučoval o pravidelné hygieně a pokroku v kosmetice. Pomohl dámám se obléct ke každé společenské události. Západní životní styl představoval ženu pěstěnou až na kost. Upravené nehty, tupírované vlasy a správně sladěné líčení znamenalo zaručený úspěch. Během dne bylo ve zvyku se převléci do více jak šesti modelů. Klobouk byl nezbytností, boty špičaté a rukavičky bílé. Idolem mladých dívek ve stala Audrey Hepburn ve filmu *Funny Face*. Grace Kelly na druhou stranu ztělesňovala celkový obraz bohatých žen 50. let.

Osvobození Evropy znamenalo aplikování amerického stylu oblékání také na muže. Silueta upřednostňovala širší ramena a úzké vzdušné kalhoty. Pestrobarevnost se neobjevovala pouze u dámského líčení, ale i mladí muži oblékali s odvahou barevné košile s dlouhými límečky. Pestrobarevnost byla pro 50. léta zásadní, inspirovaná moderním uměním a rychlým životním stylem. Pro intelektuálnější mládež se stal černý oděv beatnické generace spisovatelů denním chlebem. Na scéně se také objevuje model rebela, rozhněvaného mladíka, který protestuje proti zavedeným zvyklostem. Vzorem se stávají filmové hvězdy, který svým stylovým oblékáním ovlivnily mnoho dalších generací. Marlon Brando a James Dean povýšili kožené bundy a džíny na stylové modly. Spolu s tričky, rokenrolovou hudbou započali bouři. Události 50. let jsou však pouze předzvěstí vzepření mladých, které má přijít o desetiletí později.

## 6.1 Jacques Fath

Jacques Fath se řadí mezi nejlepší francouzské návrháře haute couture. Po boku mu stojí umělci jako Christian Dior a Pierre Balmain. K tvorbě přistupoval s velmi moderním zaujetím. Již od svých prvopočátků se snažil vyzdvihovat tvář své vlastní značky. Napomáhaly mu k tomu jednak parfémy, a také prestižní klientela, které si vážil a neustále ji hýčkal. Jako jeden z prvních se při práci zaměřoval na věkové kategorie, což byla naprostá novinka. Fath, i za temných časů Paříže, dokázal vytvořit svěží a rafinované modely, které oslavovaly mládí.

## 6.2 Charles James

Tento excentrický a talentovaný návrhář, původem z Británie, za sebou zanechal přepychové modely. Mnohými označován za předchůdce New Look. Byl velmi obdivován samotným Balenciagou a později i Yves Saint Laurentem, který již jako značně zruinovaný prožíval své poslední roky v Chelsea Hotelu. Koneckonců New York pro něj znamenal nejlepší roky života profesního i soukromého. Charles James vytvářel modely, které svou vypočítavostí a

architektonickým přístupem obklopovalo nezapomenutelné kouzlo. Charles James se tak zařadil mezi nejlepší americké návrháře.



Obr. 11. Jacques Fath, 1951



Obr. 12. Jacques Fath, šaty Butterfly, 1954

### 6.3 Christobal Balenciaga

Christobal Balenciaga svým luxusním pojetím módy oslňoval nejnáročnější ženy z těch nejvyšších kruhů. Dokonalost stříhu a bezkonkurenční zpracování látek mu zajistilo v Paříži věhlas. Jeho šaty byly až architektonicky propracované, vždy z těch nejdražších materiálů. Balenciaga měl smysl pro tu nejlépe zhotovenou ruční práci, kterou vždy doplňovaly dramatické doplňky. Skvělou pověst si však vydobyl těžkou prací.

Jeho původ nalezneme ve Španělsku, kde své matce pomáhal již jako velmi mladý. Ve 24 letech otevřel svůj první salón a zanedlouho poté další v Madridu a Barceloně. Kvůli občanské válce je roku 1936 však nucen salóny opustit a emigrovat do Paříže. Zde přichází s novou siluetou a celkovým vzhledem moderní ženy. Mnozí právě jej nazývají tvůrcem budoucího vzhledu. Již samotný Christian Dior jej veřejně oslavoval. Balenciaga na rozdíl od svým konkurentů odmítnul strojovou výrobu, která vedla k masové výrobě a dostatečně nedoceňovala jedinečnost každé ženy. Pod jeho vedením vznikají takové skvosty jako malé černé a kabáty bez límce. Ze svými šaty bez pasu, pouze s výraznými rameny vytvořil novou siluetu a zapsal se tak do dějin té nejexcelentnější módy.



Obr. 13. Christobal Balenciaga, 1955



Obr. 14. Christobal Balenciaga, Harper's Bazaar, 1967

## 6.4 Christian Dior

Plachý a nostalgicky smýšlející velikán, rozjel v padesátých letech impérium, které dodnes roste na síle. Jeho otisk do módního světa je tak silný, že nad jeho velmi krátkou dobou působení lze jen kroutit hlavou. Jméno Dior je snad nejvíce skloňované jméno módního průmyslu. Svou slávu si s podivem vydobyl z lásky k belle époque. Klientkám nabízel tradiční hodnoty ženskosti a elegance. Haute couture pod jeho rukama jen rozkvétala. Diorův salón se ze všech sil snažil stačit poptávce, která neúnavně toužila po těch nejkrásnějších šatech. Jeho kolekce, vydávané dvakrát do roka, vyvolávaly naprosté šílenství. O to zajímavější je, že ho nelze tak úplně považovat za přeborníka v krejčovském umění.

Jeho kostýmy byly mnohdy velmi objemné, večerní róba činila až neskutečným 30 kilogramů. Mnohdy byly i velmi nepraktické do reálného života. Majitelka mnohdy nebyla schopná si šaty sama obléct. Zato však velkoryse ukazovaly její poprsí a útlý pas, kdy s majestátně nabíranou sukní ženy připomínaly přesýpací hodiny.

Když Carmen Snow, redaktorka americké Vogue, ohodnotila Diorovu kolekci: „This is new look“, její slova nebyla úplně na místě. Vždyť ženy s vděkem už dávno odhodily korzety a s hrdostí ukazovaly svá sportem zpevněná těla. Dior však neúnavně toužil po nejlepším možném luxusu. Chtěl ženy nazdobit a znovu nastolit teatrálnost francouzské módy. Svůj stanovený cíl splňoval skvěle. V Americe obsadil polovinu exportu haute couture. Díky svým podnikatelským schopnostem zakládá velmi brzy pobočky po celém světě. Jako naprostou



novinku začleňuje do světa haute couture nový způsob předvádění. Manekýnky ve svižném tempu procházely mezi obecnstvem s hravou teatrálností. Jména modelů byla vždy hlasitě ohlašována.



Obr. 15. Christian Dior; zimní kabát, 1950



Obr. 16. Christian Dior; vycházkové šaty, 1954

Mnozí se domnívají, že skutečnou lásku k módě objevil již v mladém věku. Okouzlen výjimečnou elegancí své matky, ji doprovázel do oblíbeným salónů a vše zaujatě sledoval. Dior, narozen v Normandii, vždy snil o umělecké kariéře. Studoval ovšem politiku, upřednostňovanou převážně jeho otcem. Během studií zakládá s přítelem malou galerii, kde uplatňuje svou lásku k modernímu umění. Kvůli špatné finanční situaci je nucen svou galerii opustit a živit se jako módní kreslíř. Posléze, díky svým schopnostem, se stává předním návrhářem u Luciena Lenonga v Paříži. Nabírá jisté sebevědomí, osamostatňuje se a zakládá svůj módní dům na Avenue Montaigne.

Vždy obklopen okruhem přátel, převážně umělců, vytváří své četné skici. Mnohdy pod velkým tlakem. Díky jeho perfekcionismu jej vždy před uvedením nové kolekce pronásleduje pocit velkých pochyb. Jeho podnikatelské smýšlení umožňovalo průchod takových inovacím, jako byla například rozdílná nabídka pro americký a evropský trh. Tento nekonečný tlak se zajisté značně projevil na jeho zdravotním stavu a v pouhých 52 letech se mu stal osudným.

## 6.5 Hubert de Givenchy

Hubert de Givenchy se narodil v roce 1927 a již ve věku pětadvaceti let založil svůj první salón. Tento kultivovaný mladík si velmi brzy našel cestu k té nejexkluzivnější klientele. Ochranou ruku nad jeho salónek nesl Christobal Balenciaga, Hubertův vzor. Sám se brzy dostal do pozice ochránce klasické haute couture.



Obr. 17. Hubert de Givenchy, 1953



Obr. 18. Hubert de Givenchy a Audrey Hepburn, 1957

Na přehlídkách dával revolučně přednost nákupčím před novináři. Vyhnul se tak možným nepříznivým komentářům, které by mohly nákupčí značně ovlivnit. Využitím svěžích barev v moderní jednoduchosti si zajistil značnou pozornost tisku, který jej oprávněně nazýval revolucionářem. Dnes jeho jméno vyvolává především spojitost s okouzující Audrey Hepburn, pro kterou vytvořil hned několik nezapomenutelných filmových kostýmů. Nelze opomenout její malé černé z filmu Snídaně u Tiffaniho, ani tak její bílou večerní róbu zdobenou černými květy z filmu Sabrina.

## 6.6 Pierre Cardin

Ctižádostivý a neúnavný muž, původem z Benátek, pokládá v padesátých letech základní kámen svého úspěchu. Velmi brzy se ztotožňuje s pařížským módním prostředím, které je už tak dost konzervativní k nováčkům. Jeho mnohostranné schopnosti a ustavičná touha po prvním místě mezi zprostředkovateli luxusu byla téměř hmatatelná.



Obr. 19. Pierre Cardin, Haute couture model, 1960



Obr. 20. Pierre Cardin, 1967

I přes nehorázně vysoké ceny, ve který se pohybovaly jeho modely, snil o přístupu široké veřejnosti k jeho dílu. Byl toho názoru, že haute couture nemůže žít nadále pouze sama o sobě. Zakládá tedy butik zvaný Eve, nabízející již hotové oblečení. Jedná se o naprosto revoluční gesto, které nemá ve Francii obdoby. Stává se tak velkým inovátorem ve svém oboru a pojmenování Prêt-à-porter součástí francouzského slovníku.

Na začátku zastával první místo krejčího u Christiana Diora. Navrhoval také filmové kostýmy pro Jeana Cocteau, u kterých mohl naplno projevit své představy. Dior mu ze začátku posílal zákaznice, které svou časovou vytížeností nemohl sám obsloužit. Cardin tím získal velmi zámožnou klientelu, která byla jeho výtvořky okouzlena. Jeho první samostatná kolekce městské módy čítala hned 150 modelů. Jako jeden z prvních se nebál propagovat svou značku v obchodním domě, kde zabíral malý koutek. Za podpory módních magazínů aplikoval své jméno na různorodé produkty, které mu zajistily obrovské jmění. Také vytvořil unisex kolekci, kde propojoval mužský a ženský životní styl. Pierre Cardin vždy držel svůj osud pevně v rukou a téměř vizionářské smýšlení jej dostalo na samotný vrchol módního průmyslu.

## 7. 60. LÉTA

V šedesátých letech dochází k tak razantním změnám, jaké historie oblékání doposud nezažila. Dvě světové války, krize a politické změny umožnily nižším vrstvám proniknout do oděvní tvorby a podle vlastních rozmarů ji měnit. Haute couture byla opředena bohatstvím a nemalou dávkou odpovědnosti, co si lidé mají a nemají oblékat. To vše se teď změnilo. Móda se nyní

nejvíce projevuje v ulicích u mladých lidí. Tento závan lze pozorovat již v padesátých letech. Už neexistuje jedna předepsaná móda, ale střípky nápadů a spoušť trendů zasahujících do všech činností každodenního života. Hospodářský pokrok se odrazil na vzhledu 60. let a nová generace utvářela své vlastní hodnoty.

Rodila se velká generační propast. Mladí se bouřili proti všemu, co jejich rodiče považovali za svaté. Rozpor vůči politice, církvi i státu samotnému na sebe dlouho nenechal čekat. Nad zakřiknutou společností ohrnovali nos nejvíce. S jejím důrazem na etiketu a eleganci let minulých se dělalo špatně všem, kdo snili o lepším zítřku a svobodné zemi. Nikdo z nich již netoužil po konvenčním rozdělení rodinných rolí, natož neschopnosti zařídit si život podle svých představ. Mladí žili s představou volnosti, k čemuž jim napomáhala hudba, filozofie a dokonce i hormonální antikoncepce. Svým vzhledem vyjadřovali svobodu ducha. Inspiraci hledali u filmových ikon typu Brigitte Bardot a Audrey Hepburn. Jean-Luc Godard, režisér a představitel francouzské nové vlny, zavedl natolik nové herečky jako byla Anna Karina a Jean Seberg, které náležitě představovaly nové typy krásy. Modelky udělaly díru do světa svým neobyčejně vyzáblým tělem s nohama do nebes, kdy ani jedna nesplňovala klasické předpoklady krásy. Ženy si dokazovaly nezávislost tím, že shodily své dlouhé vlasy, nebo vybíraly ze škály nejrůznějších přičesků a paruk. Výrazné oční líčení přispívalo k dětinskému vzhledu. Přehnané nánosy očních stínů byly na denním pořádku.

V oblíbě převládaly punčochové kalhoty a boty bez podpatků. Geometrické tvary, světlé barvy a třpytky poskytly modernímu vzhledu jistou lehkost. Hippies se však neklonili k plastovým doplňkům a falešným vlasům, ale náležitě si zakládali na přirozenosti. Síla květinových dětí ovlivnila mnohé mladé i dospělé nejen v Americe. Protesty se vedly proti rasové diskriminaci a válce ve Vietnamu. Hippies se distancovali od společnosti a svou mírovou jednotu ukázali naposledy roku 1969 na festivalu ve Woodstocku. Módu však změnili zásadně. Na scéně se také objevují džíny, které lze jednoznačně označit za největší módní objev 20. století. Svou proměnlivost a přizpůsobivost budou jednoznačně ukazovat v 70. letech. Paříž se nenechala zastínit kultem mladých a její idol Jacqueline Kennedy, představovala nanejvýš stylovou nositelku té nejlepší haute couture. Její styl udával tón v módě a tisk její volbu vždy náležitě vyzdvihl.

Minisukně a móda budoucnosti, inspirována chůzí po měsíci, zobrazovala vzhled vesmírného věku vytvořený Pierem Cardinem a André Courregesem. Móda ulice si vyšlapala cestičku do módních domů haute couture především díky genialitě Yves Saint Laurenta, což znamenalo

nemalou rozepří s elegancí salónu Dior. Laurent hledal módu na ulici a pomohl zhmotnit ducha doby. Inspirován orientem a moderním uměním zaznamenal, že se ženy raději oblékají v buticích. Dávají tak přednost Prêt-à-porter, která byla levnější, ale především mladistvější než zaprášená ruční krejčovina.

## 7.1 Yves Saint Laurent

Yves Saint Laurent zprostředkoval v 60. letech módě naprosto nové prvky. Jeho bezprostřední experimentování mnohdy vyvádělo obecnstvo v údiv. Mnohé znaky přejímal, po vzoru Coco Chanel, z pánského šatníku, avšak s erotickým nábojem. Za denního světla jeho klientky působily sebevědomě, připravené do útočné pozice. Večer však dokonale připravené svádět. Yves byl do světa módy přijat snad ještě s větším aplausem než samotný Dior, jehož byl žákem. Svůj vizionářský talent, podmanivé vnímání ženských tužeb a perfekcionismus z něj učinily génia, který představoval zbrusu nový svět.



Obr. 21. Yves Saint Laurent, Harper's Bazaar, 1962



Obr. 22. Yves Saint Laurent, dámský smoking, 1966

Když v roce 1958, necelé tři měsíce po Diorově smrti, představuje svou první přehlídku pro stejnojmenný módní dům, celý módní svět tají dech. Jejich přebujené očekávání bylo ochromeno strachem, jestli pak tento introvertní mladíček bude schopen udržet lesk a noblesu doposud zářícího domu Dior. Nezklamal, kritici a tisk jeho talent vyzdvihli nad New Look a Laurentovi předpověděli zářivou budoucnost. Svým mladistvým přístupem a technickým zpracováním dokázal módu povznést do výšin. Žena jeho představ neztrácela svou přirozenost a aktivně se

zapojovala do dění 60. let. Luxus Diorovské epochy uměl dokonale propojit s duchem ulice a touhou hnát se dopředu.

Laurent se narodil do zámožné rodiny, která v něm rozpoutala lásku k umění a literatuře. Již v brzkém věku vyznačoval velký talent k módnímu návrhářství. V necelých dvaceti letech získal Mezinárodní cenu sekretariátu pro vlnu, na základě čehož jej Dior přijal za svého asistenta. Majitelé společnosti ho však po častých neshodách donutili své místo opustit. Laurent se tak stává zklamaným vyvržencem. Jeho stav se zhoršuje skutečností, že je ve stejném roce odveden do armády. Tyto zkušenosti jej navždy výrazně poznamenaly.

Byl tu však Pierre Bergé, Laurentův životní partner, který mu pomohl se dát dohromady a s pomocí jeho a řadou sponzorů otevřít samostatný módní dům. Při jeho první kolekci roku 1962 jej dav obdivovatelů vyděsil natolik, že svou nově nabytou slávu nazýval prokletím svého života. Yves, předpokládající brzký konec haute couture, začal s levnější Prêt-à-porter. Stále stání na obou březích jej značně vysilovalo a to vzhledem k vytvoření, nikoli dvou, ale hned čtyř kolekcí ročně.

Jeho průsvitné šaty, safari kabáty a smoking pro ženy znamenaly trefu do černého. Svým dokonalým citem pro barvy zhmotňoval ty nejneobyčejnější vize. Hluboce inspirován Marokem a Čínou vytvářel modely, které hraničily s kostýmy. Velký vliv na něj mělo moderní umění, Henri Matiss, Pablo Picasso, velcí umělci, jež svým viděním světa nezapomenutelně vstoupili do jeho tvorby Yves Saint Laurenta. Svůj hold složil také Pietu Mondrianovi kolekcí Mondrian, zhotovil tak nezapomenutelné úpletové šaty. Napříč svým úspěchem však stále bojoval se závislostí na alkoholu a drogách. Jeho upřímná doznání jej však nikdy u francouzské veřejnosti nepošpinila. V 80. letech, mu byla věnovaná retrospektiva v Metropolitním muzeu umění v New Yorku.

## 7.2 André Courreges

André Courreges vstoupil do módy svou Bílou kolekcí jaro/léto 1965, jako ideál modernosti. Především jeho umělecko-technické zaměření dalo vzniknout jeho dokonale propracovaným střihům, určovaných technickým pokrokem. Byl příznivcem Bauhausu a jeho styl se nedal přirovnat k ničemu z let minulých. Sám Courreges se vzdal jakéhokoli dekorativismu a v jeho rukou se zrodily střihy minimalistické a čisté.



Obr. 23. André Courreges, *Vogue*, 1960



Obr. 24. André Courreges, 1964

Svou kariéru módního tvůrce započal u Balenciaga, pro kterého pracoval celých 11 let. V roce 1961 se zařídil sám pro sebe a svůj salón orientoval jako moderní laboratoř. Jako první předvedl minisukni v haute couture, střiženou rovně od těla. Sukni doplňovaly krátké holínky a bílé brýle proti slunci. Jeho vesmírný vzhled zapůsobil natolik oslnivě, že zakázal přístup médií do svého salónu, vzhledem k četnému kopírování jeho stříhů, a to na celé dva roky. Prosazoval kalhoty a sportovní oblečení. Ženám se snažil nabídnout co nejlepší komfort ve svévolném pohybu.

### 7.3 Karl Lagerfeld

Módní tvůrce, který v 60. letech zvolil absolutně jinou cestu k úspěchu než jeho současníci. Svou budoucnost nehledal u ručně zhotovených šatů, ale u Prêt-à-porter. Začínal jako návrhář na volné noze. Ve věku dvaadvaceti let se přestěhoval s matkou z rodného Hamburku do Paříže. Zde se spolu s Yves Sait Laurentem dělil o první příčku v Mezinárodním sekretariátu pro vlnu.

Lagerfeld se i bez vlastního módního domu dokázal vypracovat na nejvlivnějšího návrháře druhé poloviny 20. století. Pod jeho vedením rozkvétaly mnohé zvukné značky. Svou cestu započal nejprve u Chloé, kde tvořil celých dvacet let. Jeho nejvýraznějším počinem je však znovuzrození módního domu Chanel. Svým moderním pojetím a zároveň zachováním samotného ducha Coco Chanel stvořil dokonalost samu.

## 8. 70. LÉTA

Revoluce mladých, kterým patřila budoucnost, se přehoupala do let sedmdesátých. Postrádala však mnohé ze své pozitivní jednotnosti. Po hospodářském růstu z let 50. nastal náhlý pokles. 70. léta začala ukazovat svou druhou stránku, tvář která nese název desetiletí špatného vkusu. Byla to léta různorodá a neklidná. Experimenty s drogami a boj za ženská práva se staly obrazem převážně západní společnosti, která svou původní mírumilovnost transformovala také do násilí. Současný způsob života byl pokládán za nepřijatelný.

V 70. letech se objevuje mnoho nových nápadů a módních výstřelků, které neodmyslitelně poznamenaly ulici a módní revoluce na sebe nenechala dlouho čekat. Každý si mohl zvolit co se mu nejvíce líbí. Přírodní materiály, psychedelické vzory. Oblíbenost béžové a dalších neutrálních barev umožňovala kombinovat různé kousky šatníku. Pařížská móda zanedlouho hledala nové cesty, jak uchránit svou tak dlouho trvající nadvládu. Prêt-à-porter na druhou stranu vstupuje vzhůru a rodí se trend mladých návrhářů. Na scénu vstupují i takzvaní stylisté, kteří dodávali celkovému vzhledu ten pravý říz. Z počátku se jednalo o redaktory módních magazínů, kteří rozhodovali o tom, které návrháře na fotografiích představit a jaké doplňky bude zapotřebí použít. Tato léta již neznamenají jednotný vývoj módy vzešlý z předních módních salónů. Kreativita nezná mezí a na scénu vstoupí mnoho evropských a amerických osobností, které určí velké množství trendů. Francie se zapojila do hry Prêt-à-porter a otevírá mnohé butiky v Paříži. Velkým renovátorem byl Yves Saint Laurent, který stále zastával umění té nejlepší krejčoviny, tak i narůstající nástup módních butiků. Na konci 70. let se oba tyto odlišné póly začnou úspěšně doplňovat.

Italská móda, pojem který se rodí až v 50. letech se specializoval na dámské i pánské salóny Prêt-à-porter. Převládal zde pohodlný a velmi luxusní styl, který se prosazoval především díky modernímu střihu kabelek. Tento vytříbený styl si velmi brzy našel svou klientelu, která se ještě donedávna zaměřovala na ty nejlepší krejčovské salóny.

V Anglii přicházely módní vlivy především z ulice. Došlo zde k naprostému uvolnění a příslušníci punku ukazovali svá potetovaná těla v černé kůži a roztrhaných tričkách. Podle jejich přesvědčení neexistovala žádná budoucnost, pryč s mírem a láskou. Cokoli protichůdného a pro veřejnost odpudivého mělo svou hodnotu. Byli jiní a svým přístupem odstartovali novou módní vlnu, která přešla v druhé polovině sedmdesátých let do celého západního světa. Vivienne Westwood naprosto úctyhodným způsobem přetvořila punk v módu, a to otevřením



svého butiku v Londýně pro ty nebohatší vyznavače punku.

Ve Francii a Americe neustával růst nových salónů, které ne vždy dosáhly na světla reflektorů. Velice slavné se však staly jména jako Jean-Paul Gautier, nebo Thierry Mugler. Mladí tvůrci Prêt-à-porter udělali z přehlídek naprostou show, vyvolávali hlasitější ohlasy než cokoli v minulosti módního světa. Na světlo vstoupila i unisex móda, jejíž uniformou se staly džíny. Nosili je přívrženci všech skupin, bohatí i chudí. Vedly však pouze k jednotvárnosti. Návrháři se pokoušeli vnuknout džínům jistý náboj. Denim tak dostal podobu úzkých kalhot, které udělaly z pracovního oděvu stylový trend, propagován značkami jako Calvin Klein. Až rocková vlna nastolila novou revoluci oblékání. David Bowie šokoval i oslňoval zároveň svým výrazným make-upem, vysokými podpatky a třpytivou nedbalostí. Muzikanti, kteří toužili po úspěchu se jej snažili přilákat koženými kabáty, úzkými kalhotami a třpytivým leskem, to vše nejlépe s erotickým podtextem. Tento styl znamenal velký posun v pánské módě, který si osvojili intelektuálové, studenti i umělci.

## 8.1 Thierry Mugler

Talentovaný excentrik, který transformoval ženy do rolí super hrdinek a sebevědomých bohyň. Sám býval mnohdy označován za pouhého tvůrce kostýmů, prezentovaných během honosných show. Zvýraznil ženské rysy útlým pasem a širokými rameny. Jeho provokativní siluety vždy předváděly jen ty nejlepší; Lauren Hutton, Jerry Hall, nebo Verushka.



Obr. 25. Thierry Mugler, 1970



Obr. 26. Thierry Mugler, Prêt-à-porter, 1984

Jako jeden z mála módních tvůrců se osobně podílel na výběru doplňků, make-upu, účesu, choreografie a hudby doplňující módní přehlídky. Veškeré tyto aspekty vytvořily jednu nezapomenutelnou pompézní podívanou. Sám se též pasoval do role fotografa a v průběhu let připravoval veškeré své módní kampaně.

Do role módního velikána se dostal, přes aranžování výloh, jako naprostý samouk. Ve svém pařížském módním domě, založeném v roce 1974, vytvořil mnohé teatrální modely, které se pro veřejnost stávají více atraktivní až po uznání samotnou haute couture. V jeho ruce nezůstávají pouze návrhy oděvů, výrazně se podílí i na samotné výrobě a distribuci. Velký věhlas si získal parfémem Angel a svou neustálou touhou ze sebe vydat jen to nejlepší.

## 8.2 Sonia Rykiel

Mnohými právoplatně označována za následovnici Coco Chanel. Sonia Rykiel zaujala svými přiléhavými úplety, které se vyznačovaly švy viditelnými na povrchu. V roce 1968 si v Paříži otevřela svůj vlastní butik, kterému předcházely pletené těhotenské šaty, které se s velkým zájmem prodávaly v obchodním domě jejího manžela.



Obr. 27. Sonia Rykiel, mini pletené šaty, 1973



Obr. 28. Sonia Rykiel, kolekce jaro-léto, 1975

Jako jedna z mála žen se prosadila také na americkém trhu, překypujícím výhradně muži. Její univerzální oblečení skvěle posloužilo ženám vstoupit do současné společnosti a při tom nepostrádat nic ze své přirozené ženskosti. Naplno projevovala svou odlišnost elegantními

a vždy pohodlnými sukněmi, kalhotami a čepicemi. Trůn královny pletení sebejistě zastává dodnes. Její modely jsou vhodné pro volný čas a žerzejové kolekce skvěle doplňují módu z 30. let.

### **8.3 Jean-Charles de Castelbajac**

Nadčasový umělec, plně si vědom svého ojedinělého přístupu k módě, díky čemuž jako jeden z prvních vytváří kolekce pracovních oděvů. Castelbajac využíval současných výtvarných umělců k vytvoření naprosto nadčasových modelů, které nemají obdoby. Pestré nápisy a symboly doplňující kabáty a overaly nesly poselství o záchraně světa.

Svět módy nečekaně zaskočil používáním doposud netradičních materiálů a svým jasně patrným smyslem pro humor a nadsázku. Pončo pro dva a šaty z pytloviny jasně ukazovaly snahu módního provokatéra a uměleckého sběratele vytvořit mladistvé oblečení pro současný život.

### **8.4 Jean-Paul Gautier**

Nebojácný a extravagantní umělec, který pojem krása posunul do nových rozměrů. Je považován za nejslibnějšího představitele haute coutier. Gautier vždy boural hranice mezi mužem a ženou. Obě kolekce předvádí dohromady, kdy modely jsou skuteční lidé, navzájem velmi rozdílní svým věkem i tělesnými proporcemi. Tento původem Pařížan rozhodně nemá zábran. Jeho práce představuje neotřelé kombinace a extravagantní prvky. Modely jsou však vždy řemeslně skvěle zvládnuté. Je též znám svou tvorbou pro Madonnu, kdy kožený korzet je možná právě to, co přijde lidem na mysl jako první.

### **8.5 Issey Miyake**

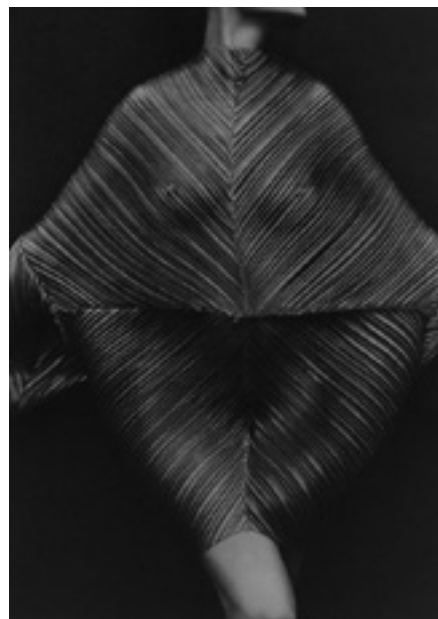
Jeho slavné plizové šaty a bezprostřední práce s materiály, bez jakýchkoliv předsudků mu zajistily věhlas. Issey Miyake je pokládán za jednoho z nejvýznamnějších japonských návrhářů. Revolučně pracuje s materiály. S umělými materiály zachází stejně poutivě jako s hedvábím. Tento přístup mu umožnil tvůrčí volnost.

Své první kroky započal v Tokiu, odkud již jako vyučený oděvní návrhář odešel pracovat pro Givenchyho do Paříže. Stále pevně přesvědčený o svém mimořádném vkusu, nepodléhal

trendům západního světa. Naopak vytvářel šaty inspirované jeho vlastním životem a na začátku 70. let předvedl svou 1. kolekci. Jeho největší inspirací je samotná látka a snaha o zachování tradice. Šaty jsou lehké a snadno udržovatelné, vždy přizpůsobené moderním nárokům. Jeho oděvy jsou zhotoveny výhradně v Japonsku, odkud pochází i samotné materiály. Všechny do jednoho umožňují člověku volnost a záměrně popírají proporce lidského těla, které se s každým modelem proměňují.



Obr. 29. Issey Miyake, 1969



Obr. 30. Issey Miyake, hedvábné šaty

## 9. 80. LÉTA

Móda se v osmdesátých letech stává hlavní prioritou, která nezná konce. Dobře se oblékat bylo v módě více než kdykoli předtím. Desetiletí velké podívané a touhy po moci, kdy peníze znamenaly tu nejvyšší moc. Při cestě vzhůru je v této době zapotřebí dvouřadový oblek a úzká kravata. Cílem muže i ženy bylo na první pohled odrážet konkrétní vztah životu a k práci. Pro ženy znamenalo pracovní oblečení vlastní volbu a v neposlední řadě umět se ohánět ostrými lokty. Vypasované kostýmy, doplněné výraznými vycpávkami, které stejně tak doplňovaly večerní šaty. Ty jsou pak zhotoveny často z lesklých látek barevné palety. Muži se již začínají zajímat o svůj vzhled, k čemuž napomáhají i popové hvězdy, které hýří ženskými manýry. Fyzická kondice hraje také značnou roli. Velký rozmach zaznamenává tudíž sportovní móda, kdy komfortní oblečení propagovaly značky jako Reebok, Nike, nebo Adidas.

Avšak světem módních tvůrců hýbou především marketingové strategie. Calvin Klein svým

mužským spodním prádlem určeným pro ženy zaznamenává světový úspěch. Takzvaný manažerský styl propagovaný Ralphem Laurenem a Georgem Armanim stojí v opozici tvorbě excentrických a šokujících tvůrců.

Velkou módní vlnu zaznamenávají 80. léta ze strany Japonska. Návrháři jako Yohji Yamamoto, nebo Rei Kawakubo znamenají naprostý poprask v západním světě oblékání. Jejich nevšední vrstvení materiálů, deformace lidské figury a velké velikosti značně předbíhají svou dobu. Zprvu jsou veřejností ostře kritizovány, avšak uměleckou a intelektuální sféru nadchly. Konec jedné éry luxusu je pak z velké části zapříčiněna krachem na burze roku 1987.

## 9.1 Azzedine Alaia

Mistr svého řemesla, který výrazně ovlivnil siluetu dnešní ženy. Perfekcionismus a neúnavná studie střihů velkých mistrů jako Madeleine Vionnet, z něj učinily skvělého konstruktéra. Jako jeden z mála, po vzoru pravidel slavné haute couture, své modely stříhal a šil. Jeho šaty nechávají vyniknout samotnou majitelku, aniž by ji nějak zastínily. Pouze podtrhnou její krásu. Prosadil se především se svou erotickou siluetou a kombinací materiálů jako je žerzej, krajka a kůže. Tento inovátor, původem z Tuniska, dělá z žen všech generací zářivé hvězdy aniž by ubíral na jejich vlastní osobnosti. Své kolekce však nepředstavuje dvakrát do roka, nýbrž až když je se svou prací hotov. Po zářivých okamžicích slávy se však stahuje do ústraní a výjimečně zhotovuje exkluzivní kolekce v omezeném počtu kusů.



Obr. 31. Azzedine Alaia, jaro-léto 1988



Obr. 32. Naomi Campbell a Azzedine Alaia, 1989

## 9.2 Giorgio Armani

Giorgio Armani započal rozsáhlou inovaci pánského oblečení. Svou představu reprezentativního pracovního oděvu využil stejně tak i u ženského osazenstva. Výhradně exklusivní materiály transformoval do podoby moderní a úspěšné ženy.

Úspěch dámského kostýmu vděčil Armanimu za precizní, jednoduchý a především luxusní vzhled. Jeho tvorba znamenala v 80. letech vrchol vysokého italského formálního oděvu. Jeho jméno zobrazuje znak stability a záruky. Svým sebejistým přístupem si zajistil celosvětový úspěch, který inspiroval mnoho dalších značek. Jeho další oděvy představují také sportovní a unisex postavu.

## 9.3 Christian Lacroix

Christian Lacroix vlil opětovně krev do žil skomírající haute couture. Jeho přepychové kostýmy inspirované barokem překypovaly dekorací, krajkami a nespoutaným výrem barev. Mnozí kritici jej proto označovali za tvůrce okázalého kýče. Lacroix však dokonale ovládal řemeslo a jeho šaty měly jistou esenci drzosti a lehkomyšlnosti. Na přehlídková mola přinesl závan svěží Provence a jeho první představení bylo oslavováno jako kdysi dílo Diora, nebo Yves Saint Laurenta.



Obr. 33. Christian Lacroix, podzim-zima, 1988



Obr. 34. Christian Lacroix, podzim-zima, 1989

Proslul především svou balónovou sukní zvanou Pauf, končící nad kolena. Dále také korzety, které vzkřísil a navrhoval ve všelijakých variantách, jako samostatný díl, který doplňoval okázalé sukně různých tvarů. Koncem osmdesátých let se též zabývá prêt-à-porter a vytváří oblečení vhodné pro sportovní aktivity.

## 10. 90. LÉTA

Ženy i muži se v devadesátých letech stávají konzumními spotřebiteli stále se zrychlujícího toku informací. Jedná se o desetiletí globalizace, ve kterém dojde, ve srovnáním s předchozím desetiletím, ke značnému zklidnění. Spotřebitelé hledají nové hodnoty a kvalitu u luxusních značek. Světu vládne minimalismus, kdy na trh vstupují takzvané basic oděvy. Jedná se o kousky jednoduchého designu a nenápadného sezření, které si své uplatnění najdou i na přehlídkových molech. Zde se však objevují v dokonalém zhotovení z těch nejkvalitnějších látek. Kalhotové kostýmy a sportovní saka bez jakýchkoli doplňků následují heslo méně je více. Jisté strohosti podléhal také make-up a účesy.

Ne však všechny salóny byly schopny se zařadit mezi ty luxusní. Ty úspěšné následně investovaly nemalé peníze do reklam s jasným cílem globálního úspěchu. Jejich strategie s výstižnými hesly se vždy zaměřovaly na konkrétní cílovou skupinu. Móda se v 90. letech stala obrovským byznysem. V čele minimalismu Paříž lapala po dechu, svou pověst módní metropole však nadále drží ve svých rukou. Její američtí kolegové v čele s Donou Karen a Ralphem Laurenem však okouzlují ženy všech věkových kategorií. Nabízejí jednoduchý, praktický styl oblékání pro mladé, naprosto nadčasovým způsobem. Ani Itálie nestojí opodál. Její luxusní tkaniny přeměňují tvůrci jako Gucci, anebo Giorgio Armani.

Na přehlídkových molech pochodují velmi mladinké modelky. Jejich sezření zobrazuje nevinnost, která naplno odráží neustálou touhu po věčném mládí, nikdy nekončící boj tak může započít. Mladí jsou inspirováni hudbou a sportem, jejich prioritou se stává pohodlí.

### 10.1 Yohji Yamamoto

Tento japonský mistr v 80. letech omračujícím způsobem šokoval dosavadní svět západního odívání. Po prvotní zdrženlivosti mu byl připisován až vizionářský pohled na budoucnost odívání. Žena je v jeho podání na první pohled velmi anonymní a nepřístupná. Okolí se odhaluje postupem času. Jeho avantgardní stříhy a značné vrstvení látek přispívalo z velké části k názoru

o značné rezervovanosti, avšak s prvky elegance a velké míře funkčnosti. Tímto osobitým přístupem se značně distancoval od zavedeného, mnohdy sexuálního zobrazování ženy. Jeho modely představují pro ženu něco jako druhou kůži. Střihy jsou vždy inspirované charakterem daného materiálu. Žena Japonka, Evropanka vystupuje bez šperků, či výrazného líčení.



Obr. 35. Yohji Yamamoto, podzim-zima 1988



Obr. 36. Yohji Yamamoto, Vogue Paris, 1993

Jeho vliv na současnou módu je naprosto zásadní. Jeho ponoření do černé barvy, kterou japonští tvůrci neodmyslitelně prosadili v móde, je v jeho novějších pracích stále více nadlehčené, až poetické. Tento posun se tak výrazně liší od jeho prvotních přísných střihů.

## 10.2 Rei Kawakubo

Rei Kawakubo působila svým útokem na západního spotřebitele značně rozedraným a šokujícím dojmem. Japonské vlně byl především vytýkán nedostatečný důraz na ženské křivky. Západní pojetí krásy a kult těla Kawakubo zdaleka nic neříkal. Její modely často asymetricky tělo zahalovaly a to především do černé nebo šedé barvy. Asijská podoba ženy pod jejím vedením oblékala dlouhé šaty velké šířky. Autorka mnohdy výrazně zasahovala do proporcí lidského těla tak, že šaty na neobvyklých místech vypolstrovala, až působily destruktivním a absurdním dojmem.

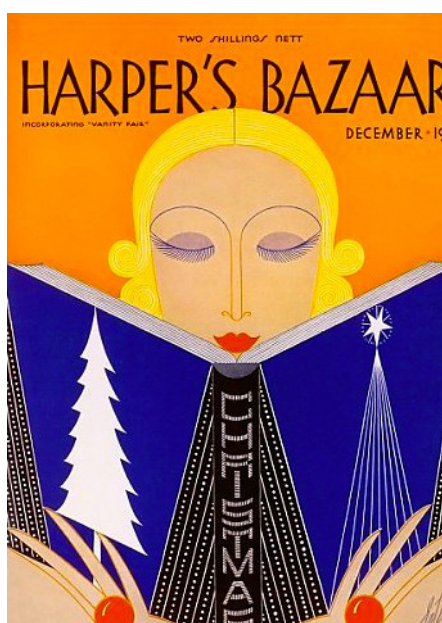


## 11. VÝTVARNÍ EDITOŘI

V práci se dále také zabývám slavnými výtvarnými editory a jejich významnou prací pro přední módní magazíny. Těmto velikánům jsem se věnovala z hlediska jejich grafických úprav na podobě módních časopisů, jako jsou Harpers' Bazaar, Vogue, Seventeen, Twen a další, jejichž vrchol je datován v celém průběhu 20. století. Jedná se především o světově uznávané grafické designéry, fotografy, typografy a umělce.

## 11.1 Erté

Erté pochází z Petrohradu a jeho původní jméno zní Romain de Tiroff. Jako mladík se nepodřídil svému otci, do armády nenastoupil, namísto toho odešel do Paříže s vidinou stát se módním ilustrátorem. Jeho píle a talent mu umožnili po studiích navrhovat módní oděvy pro Paula Poireta. Největší přínos však znamenal pro módní magazín Harper's Bazaar. První ilustraci zde publikoval již roku 1915. Započal tak dvaadvacet let trvající spolupráci, během které vytvořil více jak dvě stě padesát titulních ilustrací. Jeho práce byla publikována též v magazínu Cosmopolitan a Vogue. Jeho tvorba z něj tak učinila široce rozpoznávaného umělce 20. století.



Obr. 37. Obálka Harper's Bazaar, prosinec 1931



Obr. 38. Obálka Harper's Bazaar, prosinec 1932

Jeho výtvarnou stránku práce výrazně ovlivnilo hnutí Art Deco. S velkou oblibou používal stylizovanou kresbu s exotickými prvky. Jeho sofistikovaný a okouzující design, snadno rozpoznatelný, byl často napodobován, a i v dnešních dnech neustále ovlivňuje módu 21. století.

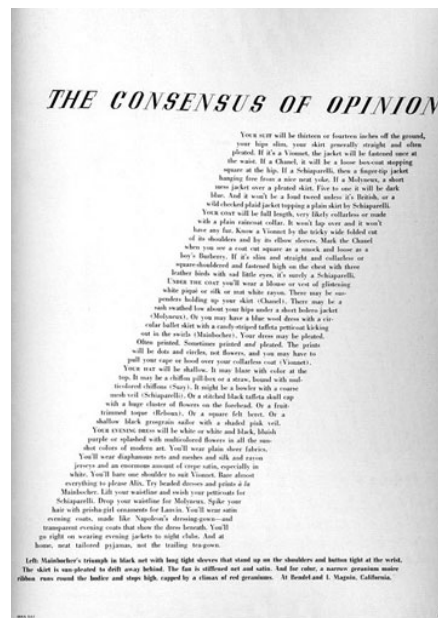
## 11.2 Alexey Brodovitch

Alexey Brodovitch patří mezi nejvýraznější a nejnadanější osobnosti redakčního designu. Dnes znám především svou úlohou uměleckého ředitele Harper's Bazaar. Ve svých pouhých dvaceti letech emigroval z Ruska do Paříže, kde se našel v komunitě ruských pouličních umělců. Jeho hlavním cílem bylo prosadit se jako malíř. Velmi úspěšně se však uplatnil

v propagačním designu. Jeho geometrické plakáty s využitím základních barev, připomínající práce El Lissitského, mu nastartovaly dráhu grafického designéra. Sehrál tak výraznou roli v zapojení Ameriky do moderního pojetí grafického designu.



Obr. 39. Harper's Bazaar, 1947



Obr. 40. Článek z Harper's Bazaar

Do Ameriky přišel poprvé roku 1930, kde jej oslovila tehdejší nová editorka Harper's Bazaar, Carmen Snow. Byla jeho prací tak nadšená, že mu téměř ihned nabídla místo kreativního ředitele, právě ve zmíněném módním magazínu. Brodovitch zde během svého působení, 1934 až 1958, přizval ke spolupráci mnoho evropských uměleckých velikánů, jako byl zajisté Man Ray, Henri Bresson, nebo Marc Chagall. Brodovitch patří mezi první, kdo propojil fotografii s textem a usiloval tak o jejich dokonalou souhru. Jeho cílem bylo vytvořit odlišnou podobu magazínu, než jakou bylo možné tehdy vidět. Bílé nepotřesené plochy byly jeho poznávacím znamením. Rytmus obrazu vytvářel pomocí diagonálního napětí a políčka filmu mu napomáhala vytvořit iluzi pohybu. Často se také pohyboval v centrální kompozici, vytvářel tak harmonický a smysluplný celek za pomoci avantgardní fotografie, typografie a také ilustrace. Nebál se ani využít ručně psaná písmena, jeho oblíbené bylo však písmo Bodoni.

### 11.3 M. F. Agha

M. F. Agha, celým jménem Dr. Mehemed Fehmy Agha, patří mezi nejvlivnější tvůrce redakčního designu. Jedná se o prvního kreativního ředitele amerického módního magazínu Vogue, které zavedl barevnou fotografií do čela obálky. Tímto krokem dal zajisté prostor mnohým

talentovaných fotografům.

Agha byl významný průkopník ve využívání bezpatkového písma, fotomontáže, asymetrické kompozice a barevné fotografie, kterou využíval kdykoli to bylo možné. Spolupracoval s předními fotografy jako byl Richard Avedon a Irwin Penn. Ti a mnoho dalších nahradili kreslené ilustrace a Aghovi umožnili použít fotografii hned na celé šířce dvojstránky. Jako první též nechává přejít fotografii přes okraj stránky. V americkém prostředí též prosadil nepotištěné plochy a bezpatková písma. Pracoval mimo jiné pro Vanity Fair, kde doprovodná fotografie nepředstavovala pouze líbivý obrázek, ale měla mnohdy větší dopad než samotný text. Jeho práce zde byla také velmi ovlivněna evropským modernismem.



Obr. 41. Obálka Vogue, 1928



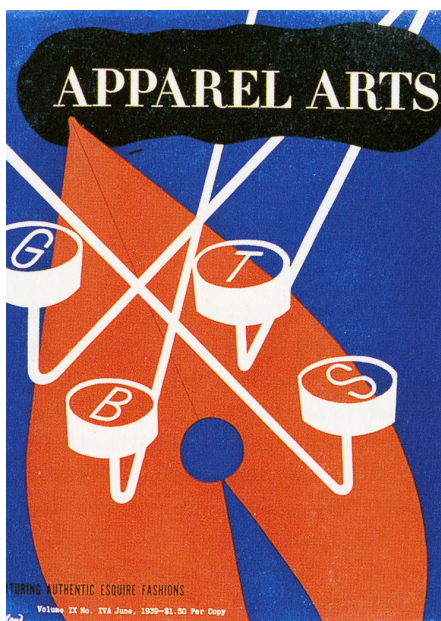
Obr. 42. Obálka Vogue, duben 1932

## 11.4 Paul Rand

Paul Rand, rozený Peretz Rosenbaum, je jedním z předních amerických grafických designérů 20. století, zakladatel americké moderny. Pracoval s koláží, fotomontáží a hravou kompozicí textu. Nebál se ani pestré barevnosti. Byl také velmi inspirován kubistickými malíři a Bauhausem.

Narodil se v New Yorku, roku 1914, kde byl vychován v přísně ortodoxní židovské rodině. Rand patří mezi umělce, kteří se doslova naučili mnohému sami. Již jako malý byl fascinován fotografiemi modelů z reklamních ploch. A jako designér samouk trávil mnoho hodin v knihkupectvích, kde se probíral nejpřednějšími evropskými uměleckými časopisy.

Na začátku své kariéry se živil jako ilustrátor, což mu umožnilo se naučit mnohým grafickým technikám. V roce 1936 pracoval jako nezávislý designér pro pánský módní časopis *Apparel Art*, kde si velmi brzy získal důvěru, ačkoli jeho přístup byl poněkud netradiční a často spoléhal na jistou inteligenci diváka. Tyto bohaté zkušenosti mu zajistili místo kreativního ředitele v časopise *Esquire*. V této pozici však pracoval velmi osobitě a většina nápadů a výtvarných řešení pochází přímo od něj.



Obr. 43. *Apparel Arts*, červen 1939



Obr. 44. *Apparel Arts*, říjen 1939

Ve 40. letech pracoval v propagačním a knižním designu. Po třech letech působení v redakci *Esquire* začal pracovat pro reklamní kancelář jménem Weintraub. V pozdějších letech se tak zajímal o reklamní kampaně a od 50. let je především znám jako tvůrce identit pro mnoho velkých značek. Jeho práce zahrnuje práci pro IBM, UPS, nebo pro ABC television.

## 11.5 Alexander Liberman

Alexander Liberman byl mnohostranný umělec, sochař, malíř a grafický designér. Do New Yorku se z rodného Kyjeva dostal roku 1941, kde začal pracovat jako umělecký ředitel *Vogue* magazínu. Během zdejšího působení naplno propadl své vášni pro módu a umění. Spolupracoval zde s takovými jmény jako je Salvador Dalí, nebo Marcel Duchamp.

Domovinu opustil ve svých dvaceti letech kvůli studiu filozofie a architektury, nejprve v Londýně a poté v Paříži. Svými tvůrčími schopnostmi poznamenal několik generací umělců spolupracujících na magazínech *Vogue*, *GQ*, *Vanity Fair* a *Mademoiselle*. Jeho přínos znamenal

nejen nárůst uměleckého publika, ale též definoval a především kultivoval současnou kulturu módních magazínů.



Obr. 45. Vogue, květen 1941



Obr. 46. Vogue, duben 1950

## 11.6 Cipe Pineles

Cipe Pineles je jednou z nejvíce nápaditých designerek 20. století a první ženou v pozici uměleckého ředitele předního magazínu. Tato původem rozená Rakušanka, která svou kariéru naplno započala v New Yorku, uplatnila své schopnosti u magazínů jako jsou Glamour, Seventeen a Mademoiselle. Stala se tak vysoce vychvalovanou uměleckou ředitelkou a grafickou designérkou v zemi.

Do Spojených států se dostala již jako třináctiletá, kde po studiích začala v roce 1932 pracovat jako asistentka u samotného M. F. Aghy. Začátek její kariéry však nebyl nikterak snadný. Žen v grafickém designu bylo pomálu a potencionální zaměstnavatel nejevil velký zájem, když za tímto tajemným jménem objevil právě ženu. U Mehameda Aghy však pracovala celých patnáct let, kde svou roli nadále rozšiřovala. On sám ji neustále vybízel k hledání inspirace ve výtvarném umění. Navrhovala také pro Vogue a Vanity Fair, kde se dozvěděla vše o tvorbě magazínů a evropské moderně.

Ve 40. letech se stala uměleckou ředitelkou magazínu Seventeen, kde představovala ilustrace umělců, jako jsou Leonard Baskin, Doris Lee a Andy Warhol, to vše z důvodu obeznámení

mladé generace čtenářů s výtvarným uměním. Mademoiselle opustila v roce 1961 jako nezávislá ilustrátorka a designérka.



Obr. 47. *Seventeen*, duben 1948



Obr. 48. *Seventeen*, ilustrace k editoriału, 1950

## 11.7 Henry Wolf

Americký designér, fotograf a kreativní ředitel, který značně ovlivnil podobu magazínů v padesátých a šedesátých letech. Pocházel z Rakouska, odkud byl po vypuknutí 2. světové války donucen k emigraci. Započalo tak jeho tři roky trvající cestování napříč Francií a severní Afrikou. Své studium umění započal v Paříži, odkud byl však opět nucen k emigraci, nyní do Ameriky.

Zajisté inovativní designér, pracující jako umělecký ředitel magazínu *Esquire* od roku 1953 a později *Harper's Bazaar*. Spolupracoval zde s významnými módními fotografy jako jsou Richard Avenon a Art Kane. Reputaci si vydobyl již ve 26 letech, právě svou klíčovou rolí pro *Esquire*. Bílý nepopsaný prostor v kontrastu s velkou fotografií a elegantní typografií jsou pro něj typické. Dále pracoval v reklamní branži a v roce 1971 si otevřel vlastní studio, Henry Wolf Productions. Vedl zde nejen hodiny fotografie, ale také hodiny grafického designu. Podílel se též na vzniku více jak stovce reklamních kampaní.



Obr. 49. Esquire, červenec 1954



Obr. 50. Harper's Bazaar, březen 1959

## 11.8 Bradbury Thompson

Bradbury Thompson byl velikán a mistr téměř ve všech aspektech designérské tvorby 20. století. Posouval a boural hranice konvenční typografie, která podle něj spočívala v propojení krásy a užitku. Konec konců sazba a tisk byly jeho nejsilnější stránkou. Thompson také velmi dobře chápal svět obchodu, způsob komunikace a jeho potřeby. Věděl přesně jak zařídit, aby vše fungovalo jak má.



Obr. 51. Harper's Bazaar, červen 1951



Obr. 52. Mademoiselle, leden 1952



Mimo jiné představoval uměleckého ředitele magazínu *Mademoiselle*, kde působil celých patnáct let, od roku 1945. Jeho mnohá elegantní řešení stále drží vysoký standart layoutu módních magazínů. Nikdo se neodvážil tolik experimentovat s designem, fotografie a typografií jako právě Bradbury Thompson. V pozdějších letech však od experimentování poněkud odstoupil a vsází na klid, uspořádání a snadnou čitelnost. Designér by podle něj měl tvořit v duchu své doby, nikoli jen kopírovat staré mistry.

## 11.9 Willy Fleckhaus

Willy Fleckhaus se narodil v Německu, kde započal kariéru jako žurnalista a editor. Jeho jméno je především spojeno se vznikem jednoho z nejvlivnějších a graficky nejzajímavějších magazínů vůbec. Německý *Twen* byl publikován v letech 1959-1970 nejen s módním a kulturním, ale i politickým obsahem.



Obr. 53. Obálka *Twen*, listopad 1966



Obr. 54. Obálka *Twen*, prosinec 1966

Fleckhaus dal magazínu jeho charakteristický avantgardní vzhled a typografii. Poutavé fotografie na úvodních stranách jsou umístěny na černém pozadí. Fleckhaus upřednostňoval využití jednoho typu písma, avšak v různých barevných kombinacích. Je zastáncem sans serifových písem. Často také na jedné straně zvýrazňoval rozdílnými barvami jeden článek od druhého. *Twen* pod jeho vedením měnil podobu každý měsíc, speciálně přizpůsobenou každému jednotlivému číslu. Jeho práce na vizuální podobě časopisu byla velmi odvážná, jedinečná a cílená pro mladou generaci čtenářů.

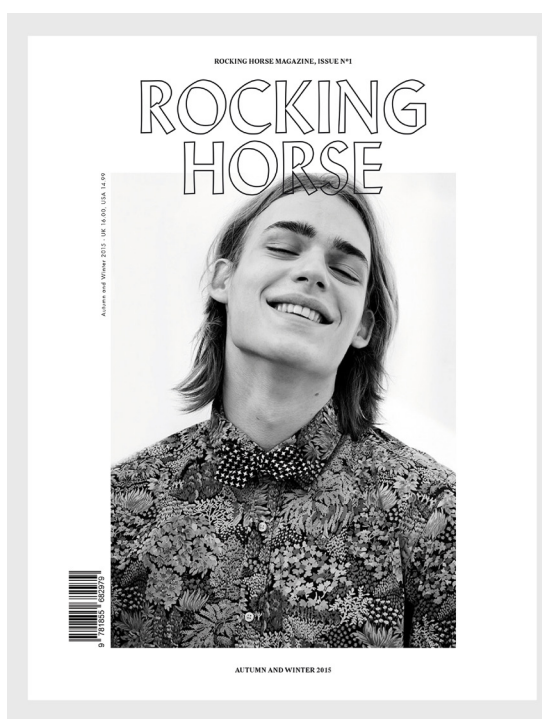
## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 12. MÓDNÍ MAGAZÍN

Ve své praktické práci se věnuji tvorbě vlastního pánského módního magazínu, který pro mě znamenal nejen velkou výzvu, ale také skvělou příležitost si projít celou cestou vzniku osobitého módního magazínu od samého začátku do konce. Od tvorbu layoutu a řešení obálky, přes tvorbu jednotného vizuálního stylu, navigace, řešení kapitol a výsledného formátu, ale také možnosti naučit se mnohé a převzít tak veškerou odpovědnost za svůj vlastní projekt.

### 12.1 Rocking Horse

Jedná se především o pololetní pánský módní magazín, který nabízí osobitý, inteligentní a svěží pohled na pánskou módu vysoké kvality. Především by se měl zabývat fascinací oblékáním, než určitým trendům v módě. Mou snahou bylo vytvořit skutečný magazín o skutečných lidech, které opravdu obdivuji.



Obr. 55. Obálka magazínu *Rocking Horse*

Jak pánská móda, tak i koncept celého magazínu, je především o charakteru a pocitu osobní moci. Nemá se zde tedy ani v nejmenším prezentovat sexuální osvobození. Periodikum na první pohled vypadá zajisté sofistikovaně. Je určené pro náročného módního spotřebitele. Jeho cílem je tak reprezentovat cílevědomého muže, který je vyspělý, velmi ambiciózní a zkušený, od kterého se jsem tudíž odvodila i samotný název. Obsah magazínu k němu nemluví

jako ke spotřebiteli, ale jako ke čtenáři. Tento praktický a moderní přístup v konečném důsledku odráží fakt, že Rocking Horse magazín začíná u člověka, nikoli u produktu. Taková vize zajisté zahrnuje potřebu a vyváženost dvou faktorů, jednak textového a také vizuálního. Sladit tyto dva faktory dohromady je pro mě skutečná cesta kupředu.

## 12.2 Vznik magazínu

Mým hlavním úkolem byla vizuální stránka projektu, kde by měl být tvůrce, přesvědčeným zastáncem dobrého vkusu. Snažila jsem se tedy vytvořit určitý vizuální jazyk, který bude charakteristický, s jistými odchylkami, pro každá jednotlivá vydání.



Obr. 56. Rocking Horse, náhled dvojstrany, novinky v 1. části

Ze všeho nejdříve jsem začala pracovat s určitou vizí, jak by měl celkový výsledek zhruba vypadat a jak dosáhnout toho, aby odrážel záměr uspokojit cílovou skupinu. Většina tvarování a umístování však vzala za své, když jsem po pečlivém výběru rozhodla o obsahu magazínu. Vznikla tedy určitá kostra, na kterou se dalo nejen stavět, ale také mi umožnila upřesnit si, jakým směrem bych se měla nadále ubírat. Jaké prvky použít, jaký font vybrat, jaké fotografie vybrat a jak nejlepším způsobem představit svou vlastní podobu magazínu, kde se všechny jednotlivé prvky k sobě navzájem vztahují a mluví na první pohled jednotným hlasem. Bylo to

trochu jako vyřešit hádanku, hledáte ten nejlepší způsob jak všechny vaše nápady a představy skloubit dohromady v jeden kompatibilní celek, který odpovídá vašim estetickým zásadám.



Obr. 57. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části

Obálka magazínu vychází z mé nemalé snahy udržet, napříč celým projektem, značné množství bílého prostoru. Což dává celkovému výsledku vzdušnost, prostor a jistou dávku sebevědomí. Obálka pak kromě názvu titulu obsahuje informace ohledně čísla vydání. Jejím cílem však není nést převratné množství informací ohledně obsahu čísla. Jak jsem již nastínila, sám zákazník by měl být dostatečně ztotožněný s filozofií magazínu. Kupuje si jej na základě vlastní potřeby koupit si pro sebe to nejlepší. Tento fakt, mě také přiměl zhotovit magazín v anglickém jazyce. Cílená skupina mužů, by pravděpodobně na českém trhu hledala odběratele velmi obtížně.

Název titulu je pak na obálce umístěn v černé obrysové linii. V tomto případě jsem využila jedinečnost písma Lydian, které mě zaujalo svou silou a zároveň hravostí, kterou jsem podtrhla právě obrysovou linkou a zároveň se tak výrazně odlišila od mnohých magazínů na trhu. K čemuž mi také značně pomohl i samotný formát magazínu (230 x 300), který je jistě nepřehlédnutelný. Dále také umožňuje čtenáři jedinečný zážitek, který značně povyšuje celou koncepci magazínu.

K celkové exkluzivitě magazínu zajisté napomáhá také využití dvou různých typů papírů. Bílá

lesklá křída o gramáži 115g/m<sup>2</sup>, která se běžně využívá, je zastoupena v první části. V té se převážně věnuji novinkám módního průmyslu. Nechybí zde ani texty s aktuální problematikou a reklama, se kterou se čtenář setká pouze v první části magazínu. Matný našedlý Cyklus ofset, o stejné gramáži, se uplatňuje ve druhé části magazínu. Ta je věnovaná zajímavým osobnostem módního světa a také aktuální módní tvorbě. Spojení těchto svou různých struktur umožňuje čtenáři nejen změnu po vizuální, ale také po haptické stránce. V druhé části mu zajistí příjemné čtení rozsáhlejších rozhovorů. Tento koncept je zároveň paralelou k dnešní luxusní módě, která stojí z velké části na výběru a kombinaci různých exklusivních materiálů.

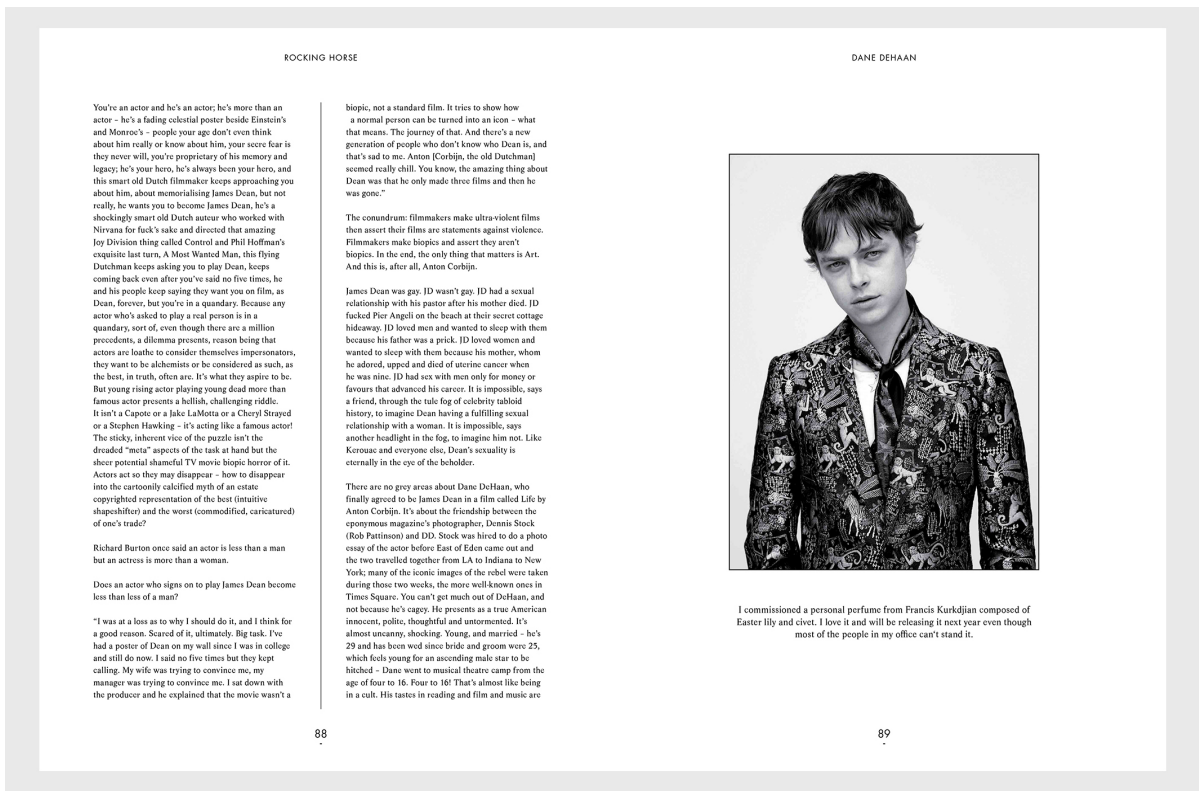
Písma, která dále v magazínu uplatňuji, mi značně umožnila rozdělit magazín na dvě části. V první části převažuje písmo Futura, v druhé pak písmo Lyon. Začátek každé části magazínu dal také vzniknout jednostrannému dekoru, který velmi sympatickým vzhledem označuje její začátek. Samotný dekor vznikl hravou skladbou jednoho interpunkčního znaménka. Značně také napomáhá samotné orientaci v magazínu, kterou tvoří právě 1. a 2. část. Obě písma v celém magazínu pak pravidelně kombinuji a využívám je v nadpisech článků i rozhovorů.



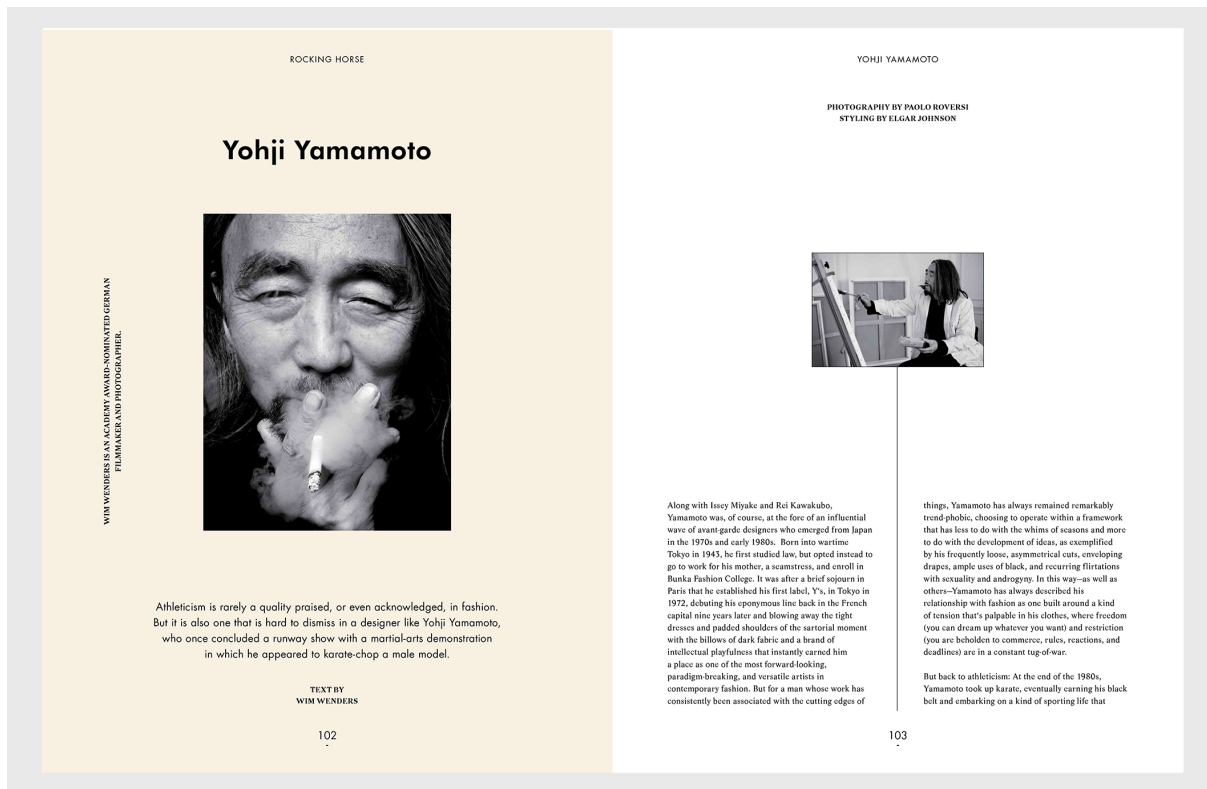
Obr. 58. Rocking Horse, náhled dvojstrany, článek v 1. části



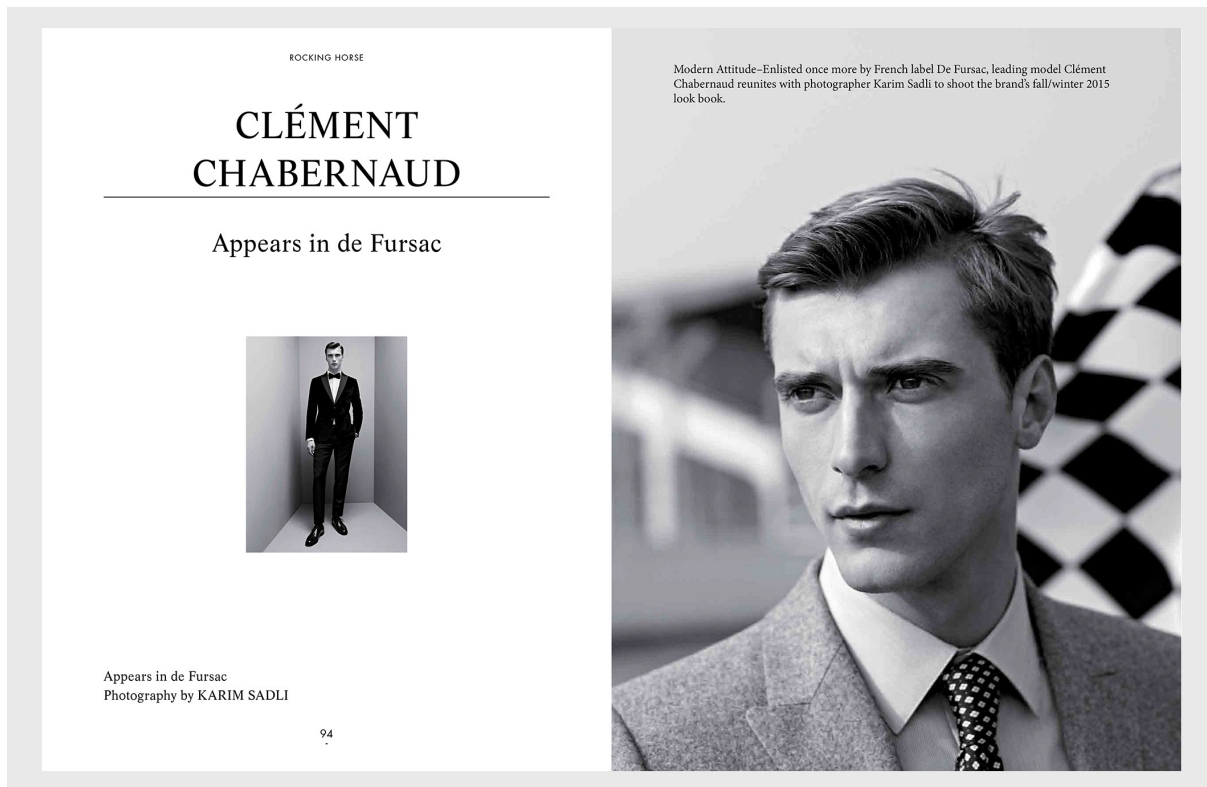
Obr. 59. Rocking Horse, náhled dvojstrany, obsah 1. části



Obr. 60. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části



Obr. 61. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části



Obr. 62. Rocking Horse, náhled dvojstrany, kolekce ve 2. části



## 1. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo shrnutí módní tvorby a především představení nejvýznamnějších osobností módního designu v průběhu celého 20. století. V práci upozorňuji na významné kulturní mezníky, které velmi výrazným způsobem ovlivnily vývoj světové módy. Zmiňuji důležité znaky, charakterizující každého jednotlivého návrháře, s přihlédnutím k jeho životu. Dále se v práci také zabývám slavnými výtvarnými editory a jejich nedocenitelnou prací pro přední módní magazíny. Těmto velikánům jsem se věnovala z hlediska jejich grafických úprav na podobě módních časopisů, jejichž vrchol je datován v celém průběhu 20. století.

Praktická práce pak dala vzniknout módnímu magazínu, který je cílený především pánskému publiku. Znamenal pro mě jak velkou výzvu, tak skvělou příležitost si projít celou cestou vzniku módního magazínu od samého začátku do konce. Přes řešení obálky, tvorbu jednotného vizuálního stylu, navigace, řešení kapitol a výběru výsledného papíru a formátu.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

[1] MACKENZIEOVÁ, Mairi. ...ismy Jak chápat módu. Praha: Nakladatelství Slovart, s. r. o., 2010. ISBN 978-80-7391-399-1.

[2, 3, 4] SEELINGOVÁ, Charlotte. Století módy. Kolín n. R.: Nakladatelství Slovart, s. r. o., 2000. ISBN 80-7209-247-2.

[5] POCHNAOVÁ, Marie-France. Christian Dior. Praha: Nakladatelství Garamond, s. r. o., 2009. ISBN 978-80-7407-046-4.

**Další použité zdroje:**

[6] VREELAND, Lisa Immordino. Diana Vreeland: The Eye Has to Travel. Dokument, 2011.

KYBALOVÁ, Ludmila. Od „Zlatých dvacátých po Diora“. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2009. ISBN 978-80-7106-149-6.

STEVENSON, J. N. Kronika módy, kdo udává tón - nejslavnější modely, módní ikony a návrháři. Praha: Nakladatelství Fortuna Libri, 2011. ISBN 978-80-7321-570-5.

PALOMO-LOVINSKI, Noël. Nejvlivnější světoví módní návrháři: skryté souvislosti a trvalé odkazy ikon světového návrhářství. Praha: Nakladatelství Mladá fronta, 2011. ISBN 978-80-204-2386-3.

SEIVEWRIGHT, Simon. Módní návrhářství: inspirace a tvorba. Brno: Nakladatelství Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2971-5.

MÁCHALOVÁ, Jana. Móda 20. století. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003. ISBN 80-7106-587-0.

**Internetové zdroje:**

[ww.adcglobal.org](http://ww.adcglobal.org)

[www.aiga.org](http://www.aiga.org)

[www.containerlist.glaserarchives.org](http://www.containerlist.glaserarchives.org)

[www.paul-rand.com](http://www.paul-rand.com)

[www.coverjunkie.com](http://www.coverjunkie.com)

[www.eyemagazine.com](http://www.eyemagazine.com)

[www.designishistory.com](http://www.designishistory.com)

[library.rit.edu](http://library.rit.edu)

[www.vogue.com](http://www.vogue.com)

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

- Obr. 1 Paul Poiret, plášť, Paříž 1919, str. 14
- Obr. 2 Paul Poiret, večerní šaty, Paříž 1923, str. 14
- Obr. 3 Mariano Fortuny, Šaty Delphos, 1910, str. 15
- Obr. 4 Mariano Fortuny, Delfíní róba, 1935, str. 15
- Obr. 5 Madeleine Vionnet, kreповé šaty, 1931, str. 18
- Obr. 6 Madeleine Vionnet, letní kolekce, 1935, str. 18
- Obr. 7 Gabrielle Chanel, šaty ze zlaté krajky, 1937, str. 19
- Obr. 8 Gabrielle Chanel, šaty ze zlaté krajky, 1962, str. 19
- Obr. 9 Jeanne Lanvin, 1932, str. 20
- Obr. 10 Jeanne Lanvin, parfém zvaný Arpège, str. 20
- Obr. 11 Jacques Fath, 1951, str. 23
- Obr. 12 Jacques Fath, šaty Butterfly, 1954, str. 23
- Obr. 13 Christobal Balenciaga, 1955, str. 24
- Obr. 14 Christobal Balenciaga, Harper's Bazaar, 1967, str. 24
- Obr. 15 Christian Dior, zimní kabát, 1950, str. 25
- Obr. 16 Christian Dior, vycházkové šaty, 1954, str. 25
- Obr. 17 Hubert de Givenchy, 1953, str. 26
- Obr. 18 Hubert de Givenchy s Audrey Hepburn, 1957, str. 26
- Obr. 19 Pierre Cardin, Haute couture model, 1960, str. 27
- Obr. 20 Pierre Cardin, 1967, str. 27
- Obr. 21 Yves Saint Laurent, Harper's Bazaar, 1962, str. 29
- Obr. 22 Yves Saint Laurent, dámský smoking, 1966, str. 29
- Obr. 23 André Courreges, Vogue, 1960, str. 31
- Obr. 24 André Courreges, 1964, str. 31
- Obr. 25 Thierry Mugler, 1970, str. 33
- Obr. 26 Thierry Mugler, Prêt-à-porter, 1984, str. 33
- Obr. 27 Sonia Rykiel, mini pletené šaty, 1973, str. 34
- Obr. 28 Sonia Rykiel, kolekce jaro-léto, 1975, str. 34
- Obr. 29 Issey Miyake, 1969, str. 36
- Obr. 30 Issey Miyake, hedvábné šaty, str. 36
- Obr. 31 Azzedine Alaia, jaro-léto 1988, str. 37
- Obr. 32 Naomi Campbell a Azzedine Alaia, 1989, str. 37
- Obr. 33 Christian Lacroix, podzim-zima, 1988, str. 38

- Obr. 34 Christian Lacroix, podzim-zima, 1989, str. 38
- Obr. 35 Yohji Yamamoto, podzim-zima 1988, str. 40
- Obr. 36 Yohji Yamamoto, Vogue Paris, 1993, str. 40
- Obr. 37 Obálka Harper's Bazaar, prosinec 1931, str. 42
- Obr. 38 Obálka Harper's Bazaar, prosinec 1932, str. 42
- Obr. 39 Obálka Harper's Bazaar, 1947, str. 43
- Obr. 40 Článek z Harper's Bazaar, str. 43
- Obr. 41 Obálka Vogue, 1928, str. 44
- Obr. 42 Obálka Vogue, duben 1932, str. 44
- Obr. 43 Obálka Apparel Arts, červen 1939, str. 45
- Obr. 44 Obálka Apparel Arts, říjen 1939, str. 45
- Obr. 45 Obálka Vogue, květen 1941, str. 46
- Obr. 46 Obálka Vogue, duben 1950, str. 46
- Obr. 47 Obálka Seventeen, duben 1948, str. 47
- Obr. 48 Seventeen, ilustrace k editoriale, 1950, str. 47
- Obr. 49 Obálka Esquire, červenec 1954, str. 48
- Obr. 50 Obálka Harper's Bazaar, březen 1959, str. 48
- Obr. 51 Harper's Bazaar, červen 1951, str. 48
- Obr. 52 Mademoiselle, leden 1952, str. 48
- Obr. 53 Obálka Twen, listopad 1966, str. 49
- Obr. 54 Obálka Twen, prosinec 1966, str. 49
- Obr. 55. Obálka magazínu Rocking Horse, str. 51
- Obr. 56. Rocking Horse, náhled dvojstrany, novinky v 1. části, str. 52
- Obr. 57. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části, str. 53
- Obr. 58. Rocking Horse, náhled dvojstrany, článek v 1. části, str. 54
- Obr. 59. Rocking Horse, náhled dvojstrany, obsah 1. části, str. 55
- Obr. 60. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části, str. 55
- Obr. 61. Rocking Horse, náhled dvojstrany, rozhovor ve 2. části, str. 56
- Obr. 62. Rocking Horse, náhled dvojstrany, kolekce ve 2. části, str. 56